

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian**

Objek yang dipergunakan peneliti yakni Toko Rajawali Motor Tulungagung. Toko Rajawali Motor menjual berbagai sparepart motor yang beralamatkan di Jalan Raya Blitar No. 24, Lingkungan 9, Desa Ngunut, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.

##### **2. Gambaran Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen Toko Rajawali Motor Tulungagung. Jumlah subjek penelitian yaitu 500 konsumen rata-rata tercatat berbelanja di Toko Rajawali Motor. Dari 500 konsumen, diambil sampel sejumlah 124 konsumen yang diteliti berdasarkan rumus *Slovin*.

#### **B. Deskripsi Hasil Penelitian**

Data penelitian didapatkan peneliti berdasarkan penyebaran kuesioner yang dibagikan pada pelanggan Toko Rajawali Motor secara *online* dengan menggunakan *Google Form* dan dibagikan secara langsung.

Pembagian kuesioner dilakukan secara acak terhitung mulai hari Senin, 9 Juni 2021 hingga Kamis, 23 Juni 2021. Berdasarkan pemaparan tabel diatas bahwa kuesioner yang didapatkan yaitu sejumlah 127

responden, kuesioner yang diisi lengkap oleh responden berjumlah 124.

Total kuesioner yang dapat diolah yaitu sejumlah 3.

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Kuisisioner pada Pelanggan Di Toko Rajawali Motor**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Kuisisioner</b>
Kuisisioner yang diperoleh	127
Kuisisioner yang diisi lengkap	124
Kuisisioner yang tidak memenuhi kriteria	3
Kuisisioner yang dapat diolah	124

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

### 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini yaitu pelanggan Toko Rajawali Motor Tulungagung, yang cenderung berasal dari berbagai macam golongan dengan karakteristik masyarakat yang berbeda. Maka dari itu, diperlukan informasi tambahan yang mencakup karakteristik demografi responden, guna memahami lebih lanjut ciri khas responden itu sendiri.

Karakteristik responden mencakup informasi tentang Jenis Kelamin, Usia, Penghasilan, dan tingkat pembelian tiap bulan. Hasil penjelasan karakteristik responden didapatkan pemaparan pada tabel berikut ini:

#### a. Jenis Kelamin

Pengelompokan jenis kelamin responden berdasarkan penyebaran kuesioner, dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Prosentase	Jumlah Absolut
Laki-Laki	86,6%	110
Perempuan	13,4%	17
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>127</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden berjenis kelamin laki-laki unggul dibandingkan perempuan. Persentase responden perempuan yakni berjumlah **13,4%** atau sebesar **17** responden. sedangkan persentase responden laki-laki mencapai **86,6%** atau sebesar **110** responden.

b. Usia

Penggolongan karakteristik responden didasarkan pada usia, jikalau ditinjau dari penyebaran kuesioner hasilnya dijabarkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

Usia	Prosentase	Jumlah Absolute
<25 Tahun	24,4%	31
25-50 Tahun	41,7%	53
>50 Tahun	33,9%	43
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>127</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan pemaparan tabel 4.3 didapatkan jumlah responden apabila ditinjau dari usia, didominasi oleh responden usia dengan kriteria **25-50 Tahun**. Prosentase responden dengan

usia **25-50 Tahun** berjumlah dan responden usia **53** berjumlah, yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

c. Penghasilan

Penggolongan karakteristik responden jikalau dilihat dari penghasilan, data penyebaran kuesioner dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan**

<b>Penghasilan</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Jumlah Absolut</b>
< Rp.1000.000	15,7%	20
Rp.1000.000 – Rp. 1500.000	30,7%	39
> Rp. 1.500.000	53,5%	68
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>127</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Dari tabel karakteristik responden berdasarkan penghasilan diatas, diperoleh hasil bahwa didominasi responden dengan penghasilan > Rp. 1.500.000 sebesar **68** atau 53,5%. Sedangkan untuk responden penghasilan < Rp.1000.000 sebesar **20** atau **15,7%** dan untuk responden penghasilan Rp.1000.000 – Rp. 1500.000 sebesar 39 atau **30,7%**.

d. Tingkat Pembelian Tiap Bulan

Pengelompokan karakteristik responden ditinjau berdasarkan omzet tiap tahun, hasil data yang diperoleh ditinjau pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Tingkat Pembelian Tiap Bulan**

<b>Tingkat Pembelian Tiap Bulan</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Jumlah Absolut</b>
<10x	48,8%	62
10-20 x	31,5%	40
>20x	19,7%	20
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>127</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan pemaparan tabel karakteristik responden tingkat pembelian tiap bulan, diketahui bahwa tingkat pembelian tiap bulan dari responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yaitu didominasi oleh tingkat pembelian <10x. Persentase tingkat pembelian <10x mencapai 48,8% atau sejumlah 62 responden. Sementara responden dengan tingkat pembelian 10-20x mencapai 31,5% atau sejumlah 40 orang. Responden dengan tingkat pembelian, mencapai 19,7 persen ataupun sejumlah 20 orang.

## 2. Deskripsi Jawaban Responden

Informasi tentang kesimpulan jawaban terhadap tiap item pertanyaan yang diedarkan kepada 90 responden dihitung dengan skor dari butir pertanyaan tersebut. Deskripsi jawaban responden yang terlibat dapat dipresentasikan dengan perhitungan nilai rata-rata. Perhitungan dilakukan dengan penggunaan nilai interval kelas.

$$\begin{aligned} \text{Interval kelas} &= \frac{(\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah})}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{(4-1):4}{4} = 0,75 \end{aligned}$$

Skor kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert 4 poin, dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 1. Berdasarkan perhitungan, diketahui bahwa interval kelas adalah 0,75, sehingga dapat diperoleh interval penilaian seperti dalam tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Interval Kelas Atas Penilaian Jawaban Responden**

Interval	Kategori
$1,00 < a = < 1,75$	STS (Sangat Tidak Setuju)
$1,75 < a = < 2,5$	TS (Tidak Setuju)
$2,5 < a = < 3,25$	S (Setuju)
$3,25 < a = < 4$	SS (Sangat Setuju)

a. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan

Penilaian jawaban responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat di tabel dibawah. Dapat diketahui bahwa jumlah skor pada variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3305 dan nilai rata-rata 3,33. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat setuju.

1) Item Pertama

Pernyataan pada item pertama tentang bukti fisik dalam pelaporan perpajakan yakni “Karyawan memberikan informasi kepada saya secara jelas, lengkap dan benar” memiliki jumlah jawaban sebesar 421 dan memiliki rata-rata nilai sebesar 3,40. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat setuju.

2) Item Kedua

Item kedua memiliki jumlah jawaban responden sebesar 421 dengan rata-rata 3,40 yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Pernyataan dalam item ini yakni tentang Karyawan memberikan informasi mengenai produk yang ingin konsumen beli, yang mana rata-rata jawaban responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

3) Item Ketiga

Item ketiga dengan rata-rata respon sebesar 3,48 yang tergolong dalam kategori sangat setuju. Rata-rata responden sangat setuju terhadap Karyawan memberikan respon terhadap keluhan yang disampaikan oleh konsumen.

4) Item Keempat

Nilai rata-rata jawaban responden pada item keempat adalah sebesar 3,31 dan termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Item ini tentang Karyawan cepat tanggap dalam membantu saya apabila mengalami kesusahan dalam pencarian produk.

5) Item Kelima

Item kelima yang berbunyi “Karyawan memberikan pelayanan dan pengarahan kepada

konsumen dengan ramah dan sopan” memiliki nilai rata-rata jawaban sebesar 3,44. Rata-rata tersebut termasuk dalam kategori sangat setuju yang berarti rata-rata responden sangat setuju terhadap karyawan yang memberikan pelayanan dan pengarahan dengan ramah dan sopan

6) Item Keenam

Pernyataan “Karyawan memberikan tanggapan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami” pada item keenam memiliki nilai rata-rata jawaban sebesar 3,25 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju.

7) Item Ketujuh

Item ketujuh memiliki rata-rata nilai jawaban sebesar 3,26 yang termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Item ketujuh ini berbunyi “Karyawan dapat memahami setiap kebutuhan dan permasalahan konsumen”. Hal ini berarti rata-rata dari responden sangat setuju bahwa respon yang diberikan tepat waktu ketika pada saat jam pengaduan yang telah disediakan.

8) Item Kedelapan

Respon pada item kedelapan yang berbunyi “Karyawan menguasai pengetahuan mengenai



produk yang dijual dengan baik” memiliki nilai rata-rata 3,13 dan masuk dalam kategori setuju.

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan**

Pernyataan	STS	TS	S	SS	Total	Mean	Kategori
Karyawan memberikan informasi kepada saya secara jelas, lengkap dan benar	5	3	58	59	421	3,40	SS
Karyawan memberikan informasi mengenai produk yang ingin konsumen beli	6	4	61	56	421	3,40	SS
Karyawan memberikan respon terhadap keluhan yang disampaikan oleh konsumen	2	7	57	61	431	3,48	SS
Karyawan cepat tanggap dalam membantu saya apabila mengalami kesusahan dalam pencarian produk	6	12	55	54	411	3,31	SS
Karyawan memberikan pelayanan dan pengarahan kepada konsumen dengan ramah dan sopan	4	10	50	63	426	3,44	SS
Karyawan memberikan tanggapan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami	3	10	76	38	403	3,25	SS
Karyawan dapat memahami setiap kebutuhan dan permasalahan konsumen	6	10	66	45	404	3,26	SS
Karyawan menguasai pengetahuan mengenai produk yang dijual dengan baik	6	17	68	36	388	3,13	S
Total Penilaian Responden					3305	3,33	SS

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

b. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk

Tabel dibawah menunjukkan penilaian respon atas kualitas produk. Diketahui bahwa variabel kualitas produk dengan skor sebesar 2434 dengan nilai rata-rata yakni 3,27. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Total skor tertinggi yakni 421 dengan rata-rata sebesar 3,40 terdapat pada pernyataan “Produk yang dijual

bernilai ekonomis tinggi”. Total skor terendah yakni 338 dengan rata-rata sebesar 3,13 terdapat dalam pernyataan “Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen”. Berikut merupakan penjelasan per item pernyataan dalam kuesioner variabel Persepsi Tarif Pajak:

1) Item Pertama

Item pertama yang berbunyi “Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen” dengan rata-rata jawaban bernilai 3,13. Rata-rata tersebut tergolong dalam kategori setuju, dengan arti kata bahwa Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2) Item Kedua

Pernyataan item kedua mengenai “Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,30 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

## 3) Item Ketiga

Item ketiga dengan rata-rata nilai jawaban sebesar 3,27 yang termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Pernyataan item ketiga, “Produk yang dijual bervariasi”.

## 4) Item Keempat

Pernyataan item keempat mengenai “Tampilan Produk yang dijual memiliki daya tarik bagi konsumen” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,22 sehingga termasuk ke dalam kategori setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa tampilan produk yang dijual memiliki daya tarik bagi konsumen.

## 5) Item Kelima

Pernyataan item keempat mengenai “Produk yang dijual awet tahan lama” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,32 sehingga termasuk ke dalam kategori setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Produk yang dijual awet tahan lama.

## 6) Item Keenam

Pernyataan item keempat mengenai “Produk yang dijual bernilai ekonomis tinggi” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,40 sehingga termasuk ke

dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Produk yang dijual bernilai ekonomis tinggi.

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk**

Pernyataan	STS	TS	S	SS	Total	Mean	Kategori
Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen	6	20	62	39	388	3,13	S
Produk yang dijual memiliki fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen	2	9	75	41	409	3,30	SS
Produk yang dijual bervariasi	2	14	69	42	405	3,27	SS
Tampilan Produk yang dijual memiliki daya tarik bagi konsumen	4	11	75	37	399	3,22	S
Produk yang dijual awet tahan lama	1	11	71	44	412	3,32	SS
Produk yang dijual bernilai ekonomis tinggi	0	11	65	51	421	3,40	SS
Total Penilaian Responden					2434	3,27	SS

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

c. Tanggapan Responden terhadap Harga

Tabel dibawah menunjukkan penilaian respon atas harga. Diketahui bahwa variabel harga dengan skor sebesar 1684 dengan nilai rata-rata yakni 3,40. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat setuju.

Total skor tertinggi yakni 436 dengan rata-rata sebesar 3,52 terdapat pada pernyataan “Harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan”. Total skor terendah yakni 411 dengan rata-rata sebesar 3,31 terdapat

dalam pernyataan “Toko Rajawali Motor memberikan diskon harga”. Berikut merupakan penjelasan per item pernyataan dalam kuesioner variabel Harga:

1) Item Pertama

Pernyataan item pertama mengenai “Harga produk yang diberikan sesuai dengan harga pasar” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,37 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa harga produk yang diberikan sesuai dengan harga pasar.

2) Item Kedua

Pernyataan item kedua mengenai “Harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,52 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

3) Item Ketiga

Pernyataan item ketiga mengenai “Toko Rajawali Motor memberikan diskon harga” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,31 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal

tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Toko Rajawali Motor memberikan diskon harga.

4) Item Keempat

Pernyataan item keempat mengenai “Toko Rajawali Motor memberikan potongan harga pada produk tertentu” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,38 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Toko Rajawali Motor memberikan potongan harga pada produk tertentu.

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden terhadap Harga**

Pernyataan	STS	TS	S	SS	Total	Mean	Kategori
Harga produk yang diberikan sesuai dengan harga pasar	0	11	68	48	418	3,37	SS
Harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan	0	2	68	57	436	3,52	SS
Toko Rajawali Motor memberikan diskon harga	0	8	81	38	411	3,31	SS
Toko Rajawali Motor memberikan potongan harga pada produk tertentu	0	5	79	43	419	3,38	SS
Total Penilaian Responden					1684	3,40	SS

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

d. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen

1) Item Pertama

Pernyataan item pertama mengenai “Produk yang dijual sesuai yang diharapkan pelanggan”

dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,25 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Produk yang dijual sesuai yang diharapkan pelanggan.

2) Item Kedua

Pernyataan item kedua mengenai “Pelayanan yang diberikan memuaskan para pelanggan” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,45 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Pelayanan yang diberikan memuaskan para pelanggan.

3) Item Ketiga

Pernyataan item ketiga mengenai “Pelanggan berminat membeli kembali ke toko rajawali motor” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,31 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Pelanggan berminat membeli kembali ke toko rajawali motor.

4) Item Keempat

Pernyataan item ketiga mengenai “Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan”

dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,40 sehingga termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

5) Item Kelima

Pernyataan item ketiga mengenai “Pelanggan menyarankan kerabat untuk berbelanja di rajawali motor” dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,19 sehingga termasuk ke dalam kategori setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari responden menyetujui bahwa Pelanggan menyarankan kerabat untuk berbelanja di rajawali motor.

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen**

Pernyataan	STS	TS	S	SS	Total	Mean	Kategori
Produk yang dijual sesuai yang diharapkan pelanggan	1	17	68	41	403	3,25	SS
Pelayanan yang diberikan memuaskan para pelanggan	2	3	68	54	428	3,45	SS
Pelanggan berminat membeli kembali ke toko rajawali motor	0	10	77	40	411	3,31	SS
Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	2	3	74	48	422	3,40	SS
Pelanggan menyarankan kerabat untuk berbelanja di rajawali motor	4	16	68	39	396	3,19	S
Total Penilaian Responden					2060	3,32	SS

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*



## C. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

### 1. Pengembangan Diagram Jalur

### 2. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran yakni tahapan pengevaluasian validitas serta reabilitas konstruk<sup>55</sup>. Dalam penelitian ini terdapat tiga konstruk yakni kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

#### a. Hasil Evaluasi Validitas Konstruk

Pengevaluasian validitas konstruk menggunakan validitas konvergen serta validitas diskriminan.

##### 1) Validitas Konvergen

Pengujian validitas konvergen dievaluasi dan dapat diberikan pernyataan valid apabila *loading factor*  $> 0,5$ .<sup>56</sup> Hasil uji validitas konvergen ditampilkan pada tabel 4.11. Data yang disajikan menunjukkan bahwa setiap indikator yang dipergunakan untuk melakukan pengukuran variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen dengan angka *loading factor*  $> 0,5$ . Berdasarkan hasil atas pengujian maka dapat didapatkan kesimpulan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid dalam melakukan pengukuran atas variabelnya.

---

<sup>55</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hal. 124.

<sup>56</sup> *Ibid.*, hal. 125.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Pengujian Validitas Konvergen**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Loading Factor</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	X1.1	(0.746)	Valid
	X1.2	(0.760)	Valid
	X1.3	(0.715)	Valid
	X1.4	(0.762)	Valid
	X1.5	(0.765)	Valid
	X1.6	(0.690)	Valid
	X1.7	(0.726)	Valid
	X1.8	(0.636)	Valid
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	X2.1	(0.706)	Valid
	X2.2	(0.772)	Valid
	X2.3	(0.703)	Valid
	X2.4	(0.845)	Valid
	X2.5	(0.723)	Valid
	X2.6	(0.655)	Valid
Harga (X <sub>3</sub> )	X3.1	(0.890)	Valid
	X3.2	(0.867)	Valid
	X3.3	(0.909)	Valid
	X3.4	(0.837)	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	(0.846)	Valid
	Y2	(0.686)	Valid
	Y3	(0.850)	Valid
	Y4	(0.858)	Valid
	Y5	(0.659)	Valid

Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021

## 2) Validitas Diskriminan

Pengevaluasian validitas diskriminan pada setiap indikator menggunakan *cross loading*. Setiap indikator dapat dikatakan valid jikalau nilai dari *cross loading* lebih besar dari nilai korelasi atas indikator variabel lainnya.<sup>57</sup>

Tabel 4.12 memaparkan hasil bawa seluruh indikator pada setiap variabel, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen mempunyai nilai *cross loading* lebih besar daripada nilai variabel lain. Dapat

<sup>57</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*,..., hal. 125.

diambil kesimpulan bahwa setiap indikator dapat melakukan pengukuran setiap variabel sehingga dapat dikatakan memenuhi validitas diskriminan.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Pengujian Validitas Diskriminan Setiap Indikator**

Var	X1	X2	X3	Y
X1.1	(0.746)	0.055	0.104	-0.068
X1.2	(0.760)	-0.373	-0.125	0.095
X1.3	(0.715)	-0.192	-0.048	-0.007
X1.4	(0.762)	-0.147	-0.051	-0.091
X1.5	(0.765)	-0.068	-0.037	-0.065
X1.6	(0.690)	0.106	0.053	0.239
X1.7	(0.726)	0.288	-0.111	0.049
X1.8	(0.636)	0.411	0.256	-0.154
X2.1	0.089	(0.706)	0.020	-0.186
X2.2	0.057	(0.772)	-0.071	-0.121
X2.3	-0.224	(0.703)	-0.031	0.083
X2.4	0.085	(0.845)	-0.045	-0.087
X2.5	0.044	(0.723)	0.061	0.309
X2.6	-0.080	(0.655)	0.086	0.025
X3.1	0.029	-0.100	(0.890)	0.133
X3.2	-0.126	0.140	(0.867)	0.094
X3.3	0.120	-0.199	(0.909)	-0.060
X3.4	-0.031	0.177	(0.837)	-0.173
Y1	0.000	-0.167	0.119	(0.846)
Y2	-0.141	0.248	0.295	(0.686)
Y3	0.080	-0.028	0.185	(0.850)
Y4	-0.100	0.081	-0.192	(0.858)
Y5	0.174	-0.114	-0.448	(0.659)

Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021

#### b. Hasil Evaluasi Reliabilitas

Penelitian ini dalam uji reliabilitas menggunakan *composite reliability* dan *cronchbach alpha*. Konstruk dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reability* > 0,7 serta nilai *cronbach alpha* > 0,6.<sup>58</sup> Hasil uji reliabilitas dijelaskan pada tabel 4.13.

<sup>58</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*,..., hal. 126.

Setiap variabel pada penelitian ini mempunyai nilai *composite reability* > 0,7 serta memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6 dan disimpulkan bahwa kuesioner mempunyai reabilitas yang baik dan seluruh indikator reliabel dalam mengukur setiap variabel.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas Konstruk**

Variabel	<i>Composite Reability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.899	0.871	<i>Reliable</i>
Kualitas Produk	0.876	0.829	<i>Reliable</i>
Harga	0.929	0.898	<i>Reliable</i>
Kepuasan Konsumen	0.888	0.840	<i>Reliable</i>

Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021

**c. Goodness of Fit**

Uji selanjutnya yang digunakan yaitu *goodness of fit*. Uji ini dipergunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel endogen dalam menjelaskan keragaman dan dapat mengetahui besaran kontribusi terhadap variabel eksogen.<sup>59</sup> Indikator fit pada aplikasi WarpPLS terdapat dalam bagian model fit dan *quality indices*. Hasil dari *goodness of fit* dijelaskan pada tabel 4.14.

Tabel 4.14 memaparkan *output* kriteria *goodness of fit*, hasilnya menunjukkan bahwa telah memenuhi kriteria yaitu memiliki nilai APC sebesar  $p < 0,001$  serta nilai ARS sebesar  $P < 0,001$  dan signifikan. Selain itu AVIF pada nilai 1,535 juga

---

<sup>59</sup> Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisa SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0,...*, hal. 36.

telah memenuhi kriteria ideal. Hal ini membuktikan bahwa model penelitian ini merupakan model yang baik dan dapat memberikan penjelasan mengenai keterkaitan antar variabel.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Goodness of Fit Model**

No	Model Fit and Quality Indices	Kriteria Fit	Hasil Analisis	Keterangan
1	Average Path Coefficient (APC)	$P < 0,05$	0.294 ( $P < 0,001$ )	Baik
2	Average R-Squared (ARS)	$P < 0,05$	0.390 ( $P < 0,001$ )	Baik
3	Average Block VIF (AVIF)	Acceptable if $\leq 5$ , ideally $\leq 3,3$	1,535	Ideal

Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021

#### d. Uji Multikolinieritas

Pengujian selanjutnya menggunakan uji multikolinieritas. Uji ini dipergunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas, tidak diperkenankan adanya hubungan antar variabel bebas pada analisis SEM. Pengujian koleniaritas penuh yang terdiri dari lateral dan vertical menggunakan *full collinearity* VIF. Kriteria yang harus dipenuhi yaitu  $< 3,3$ .<sup>60</sup> Pada tabel 4.15 memaparkan hasil *full collinearity test*.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Full collinearity VIF**

Variabel	VIF
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	2,041
Kualitas Produk ( $X_2$ )	2,770
Kepuasan Konsumen (Y)	3,235

Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021

<sup>60</sup> Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisa SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0,...*, hal. 41.

Tabel 4.15 memaparkan hasil dari *full collinearity*, hasilnya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) memiliki nilai kurang dari 3,3. Maka didapatkan kesimpulan bahwa model dikatakan bebas dari kolinieritas vertikal, lateral dan *common method bias*.

**e. Hasil Pengujian Hipotesis**

**1) Pengaruh Langsung**

Hasil pengujian pengaruh langsung ditampilkan pada tabel 4.16.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Pengaruh Langsung**

Variabel	Koefisien Jalur	<i>P values</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0.155	0.388	<i>Significant</i>
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0.191	0.0144	<i>Significant</i>
Harga ( $X_3$ )	0.535	<0.001	<i>Significant</i>

*Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021*

a) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Rajawali Motor ( $H_1$ )

Tabel 4.16 memaparkan hasil dari hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa koefisien jalur pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Rajawali Motor yakni bernilai 0,155 dengan *p value* sebesar 0,038. Nilai dari *p value* kurang dari 0,05 atau yakni sebesar 0,038 maka diambil kesimpulan bahwa kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Rajawali Motor dan  $H_1$  diterima.

- b) Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Toko Rajawali Motor ( $H_2$ )

Pemaparan tabel 4.16 menunjukkan bahwa koefisien jalur pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Rajawali Motor yakni bernilai 0,191 serta *p value* 0.014. Maka diambil kesimpulan bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Rajawali Motor dan  $H_2$  diterima

- c) Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Rajawali Motor ( $H_3$ )

Pemaparan tabel 4.16 menunjukkan bahwa koefisien jalur pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Rajawali Motor yakni bernilai 0,535 serta *p value* <0,001. Maka diambil kesimpulan bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Rajawali Motor dan  $H_3$  diterima

- d) Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Berpengaruh Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

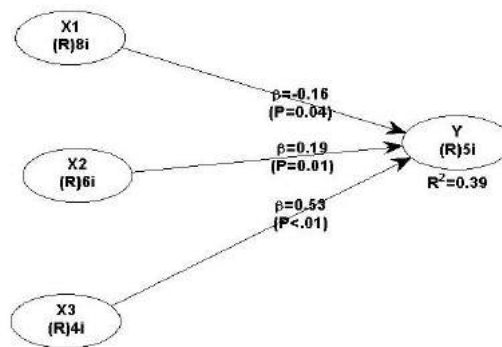
Pemaparan tabel 4.16 menunjukkan bahwa ketiga variable berpengaruh langsung atau simultan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $P$  Value < 0,001.

**f. Pembahasan Model Diagram Jalur**

*Output* WarpPLS pada model penelitian ini ditunjukkan dalam gambar 4.1. Untuk Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dapat diketahui bahwa berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,16 serta mempunyai nilai  $p < 0,04$  sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa memiliki pengaruh langsung pada kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen tergolong dalam kategori *significant*, pengaruh dari Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,19 Dengan nilai  $p = 0,01$  dan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,53 Dengan nilai  $p < 0,01$  maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.



**Gambar 4.1**  
**Model Diagram Jalur**



*Sumber: Data diolah WarpPLS 3.0, 2021*