

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

Penelitian ini mengkaji terkait kepuasan konsumen produk layanan handphone di sebuah toko handphone di Tulungagung. Beberapa variabel yang dikaji yaitu berkaitan dengan promosi, harga, dan kualitas pelayanannya. Judul dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus di Toko Handphone Neophone).”**

Berikut pengolahan data secara umum terkait hasil angket dalam penelitian ini yang disebar pada 100 responden yang berkaitan dengan promosi, harga, dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Toko handphone Neophone. Dengan pedoman skor jawaban sesuai dengan skala *likert*, yaitu terdiri dari 5 poin jawaban dari angka 1 hingga 5, sebagai berikut:

1. Promosi (X_1)

Promosi merupakan salah satu faktor terpenting dalam penentuan keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi online dapat dikatakan sebagai salah satu kegiatan promosi yang menggunakan media sosial sebagai salah satu alat untuk memasarkan suatu produknya.

Tabel 4.1 Paparan Data Variabel Promosi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pemilihan media promosi sudah baik	4	16	10	40	30
2.	Pesan yang disampaikan dalam promosi dapat diterima dengan baik	5	15	9	36	35
3.	Neophone memiliki akun resmi sebagai media promosi	10	10	10	40	30
4.	Neophone menjelaskan tentang produk dengan baik	5	15	9	41	30
5.	Desain promosi menarik	8	12	8	42	30

Dari hasil angket tersebut dapat diketahui bahwasanya responden sebagian besar memberikan jawaban dengan pemilihan setuju dan sangat setuju. Pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sekali dan tidaksetuju hanya berkisar antara 5 hingga 10 responden yang memilihnya. Misalnya dalam pernyataan desain promosi menarik, STS sebanyak 8 responden, TS sebanyak 12, N sebanyak 8, S sebanyak 42, dan SS sebanyak 30.

2. Harga (X_2)

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa seseorang pada tempat dan waktu tertentu.

Tabel 4.2 Paparan Data Variabel Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan toko lain	5	5	10	51	29
2.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat atau fitur <i>handphone</i> yang diperoleh	8	3	9	47	33

3.	Harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen	9	9	8	43	37
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan perkiraan konsumen	5	3	12	50	30
5.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan kuantitas <i>handphone</i>	9	8	5	45	35

Dari hasil angket tersebut dapat diketahui bahwasanya responden sebagian besar memberikan jawaban dengan pemilihan setuju dan sangat setuju. Pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sekali dan tidaksetuju hanya berkisar antara 5 hingga 10 responden yang memilihnya. Misalnya dalam pernyataan harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen, STS sebanyak 9 responden, TS sebanyak 9, N sebanyak 8, S sebanyak 43, dan SS sebanyak 37.

3. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan dan tidak harus terikat. Kualitas pelayanan yang kurang baik akan membuat pelanggan menjadi kurang puas dan bisa jadi beralih ke tempat lainnya yang dirasa mampu untuk memberikan pelayanan yang cukup baik.

Tabel 4.3 Paparan Data Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Neophone sudah memberikan jasa pelayanan yang baik untuk konsumen	6	4	10	50	30
2.	Karyawan Neophone membantu menjelaskan fitur <i>handphone</i> dengan baik dan sopan	6	6	10	47	33
3.	Karyawan melakukan pelayanan secara	5	5	10	43	37

	informatif dan terperinci					
4.	Karyawan memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan konsumen	6	7	7	48	32
5.	Fasilitas yang diberikan oleh Neophone sangat lengkap	5	5	10	45	35

Dari hasil angket tersebut dapat diketahui bahwasanya responden sebagian besar memberikan jawaban dengan pemilihan setuju dan sangat setuju. Pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sekali dan tidaksetuju hanya berkisar antara 5 hingga 10 responden yang memilihnya. Misalnya dalam pernyataan karyawan memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan konsumen, STS sebanyak 6 responden, TS sebanyak 7, N sebanyak 7, S sebanyak 48, dan SS sebanyak 32.

4. Kepuasan Konsemen (Y)

Pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Tabel 4.4 Paparan Data Variabel Kepuasan konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Anda merasa puas dengan iklan yang diberikan Neophone Ngunut	5	5	10	51	29
2.	Anda merasa puas dengan harga yang ditawarkan Neophone Ngunut	2	8	10	47	33
3.	Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Neophone Ngunut	6	6	8	43	37
4.	Neophone telah memenuhi harapan saya sebagai konsumen	5	5	10	50	30
5.	Berdasarkan pengalaman, saya puas telah berbelanja di Neophone	3	7	10	45	35

Dari hasil angket tersebut dapat diketahui bahwasanya responden sebagian besar memberikan jawaban dengan pemilihan setuju dan sangat setuju. Pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sekali dan tidaksetuju hanya berkisar antara 5 hingga 10 responden yang memilihnya. Misalnya dalam pernyataan Neophone telah memenuhi harapan saya sebagai konsumen, STS sebanyak 5 responden, TS sebanyak 15, S sebanyak 50, dan SS sebanyak 30.

5. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Responden

Tabel 4.5 Deskripsi Rata-Rata Skor Angket

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Promosi	4.8730	.55732	100
Harga	4.2000	.77349	100
Kualitas Layanan	4.9000	.53333	100
Kepuasan Konsumen	4.5200	.76854	100

Dari hasil uji *statistic descriptive* tersebut, dapat diketahui nilai mean untuk masing-masing variabel yang berada di kisaran 4 – 5, atau dalam kriteria dalam penelitian ini 4 – 5 berarti memiliki arti Setuju dan Sangat Setuju, artinya secara prediktif dapat disimpulkan jika masing-masing angkat yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan memiliki nilai yang baik. Sementara untuk melakukan uji perbandingan, maka akan dilakukan dalam uji validitas dan realibilitas.

B. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini akan membahas mengenai analisis terhadap variabel-variabel penelitian yang dilakukan secara deskriptif dan statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini digunakan model analisis regresi linier berganda, terdapat 5 variabel independen dan 1 variabel dependen.

Penelitian ini, mengkaji mengenai Dalam analisis regresi, terdapat beberapa tahapan utama yaitu dimulai dengan uji asumsi klasik, kemudian pengujian hipotesis, dan terakhir dengan menguji besar pengaruh variabel.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sugiyono, menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (ketepatan), bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih dari 0,3 (paling kecil 0,3) maka butir instrumen dinyatakan valid.

Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Angket

No.	t hitung	Kesimpulan	Variabel
1	0,897	Valid	X1
2	0,557	Valid	X1

3	0,859	Valid	X1
4	0,862	Valid	X1
5	0,782	Valid	X1
6	0,697	Valid	X2
7	0,737	Valid	X2
8	0,778	Valid	X2
9	0,595	Valid	X2
10	0,518	Valid	X2
11	0,735	Valid	X3
12	0,757	Valid	X3
13	0,520	Valid	X3
14	0,562	Valid	X3
15	0,518	Valid	X3
16	0,570	Valid	Y
17	0,525	Valid	Y
18	0,800	Valid	Y
19	0,877	Valid	Y
20	0,789	Valid	Y

Sumber: Olahan peneliti 2020

Dari tabel tersebut dapat diketahui jika hasil koefesin korelasi paling kecil adalah 0,518, angka tersebut sesuai dengan kriteria yang telah dipaparkan oleh Sugiyono. Instrumen dapat dikatakan valid jika koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) maka butir instrumen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat instrumennya sama, repondennya sama, dan waktunya yang berbeda. Uji Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan mana suatu alat pengukuran dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama. Intrumen yang baik tidak mungkin bersifat

tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten).

Untuk menguji tingkat reliabilitas, peneliti menggunakan bantuan *software spss 22.0 for windows*. Cara menuliskan *outputnya* dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data dikatakan reliabel. Atau Sugiyono mengemukakan pada taraf $\alpha = 0,05$ koefisien Alpha yang diperoleh masing-masing variabel adalah $> 0,6$ yang artinya instrumen digunakan reliabel. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Angket

Variabel	Nilai	Kesimpulan
X1	0,622	Reliabel
X2	0,736	Reliabel
X3	0,649	Reliabel
Y	0,714	Reliabel

Sumber: Olahan peneliti 2020

Hasil dari nilai uji reliabilitas tersebut, yang dilakukan pengulangan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diketahui angka terkecil yaitu $0,622 > 0,6$, yang artinya jika hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria.

Atau dengan membandingkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat diketahui dengan mencari r tabel df (*degree of freedom*) = n (jumlah angket) – k (variabel independen) - 1, yaitu $20-4-1 = 15$ atau sebesar 0,514, dengan demikian $0,622 > 0,514$ maka soal tersebut dikatakan reliabel. Setelah kuesioner

dinyatakan telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini di uji dengan *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5% data dikatakan berdistribusi normal apabila angka probabilitasnya lebih dari 0,05 dan sebaliknya data dikatakan tidak normal apabila angka probabilitasnya kurang dari 0,05. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 4.8 Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.6111
	Std. Deviation	.50163
Most Extreme Differences	Absolute	.392
	Positive	.277
	Negative	.392
Test Statistic		.392
Asymp. Sig. (2-tailed)		.775 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa N (jumlah data) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100. Terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,775 lebih besar dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai salah satu syarat dalam uji asumsi klasik. Bilamana tidak dijumpai multikolinieritas maka tahapan dalam penelitian model regresi dapat dilanjutkan. Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini dengan menggunakan uji beda nilai *tolerance* dan VIF, menurut Imam Ghazali tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai *tolerance* $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$.

Tabel. 4.8 Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	7.561	4.798		1.576	.120			
	Promosi	.467	.109	.441	4.301	.000	.589	1.699	
	Harga	.394	.086	.426	4.606	.000	.721	1.387	
	Kualitas Pelayanan	.339	.099	.707	6.687	.000	.553	1.809	

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa:

Nilai Promosi (X1) *tolerance* sebesar 0,589 dan nilai VIF sebesar 1,699. Dengan perbandingan nilai *tolerance* sebesar $0,589 > 0,100$ dan nilai VIF $1,699 < 10,00$.

Harga (X2) *tolerance* sebesar 0,721 dan nilai VIF sebesar 1,387. Dengan perbandingan nilai *tolerance* sebesar $0,721 > 0,100$ dan nilai VIF $1,387 < 10,00$.

Kualitas Pelayanan (X3) *tolerance* sebesar 0,553 dan nilai VIF sebesar 1,809. Dengan perbandingan nilai *tolerance* sebesar $0,553 > 0,100$ dan nilai VIF $1,809 < 10,00$.

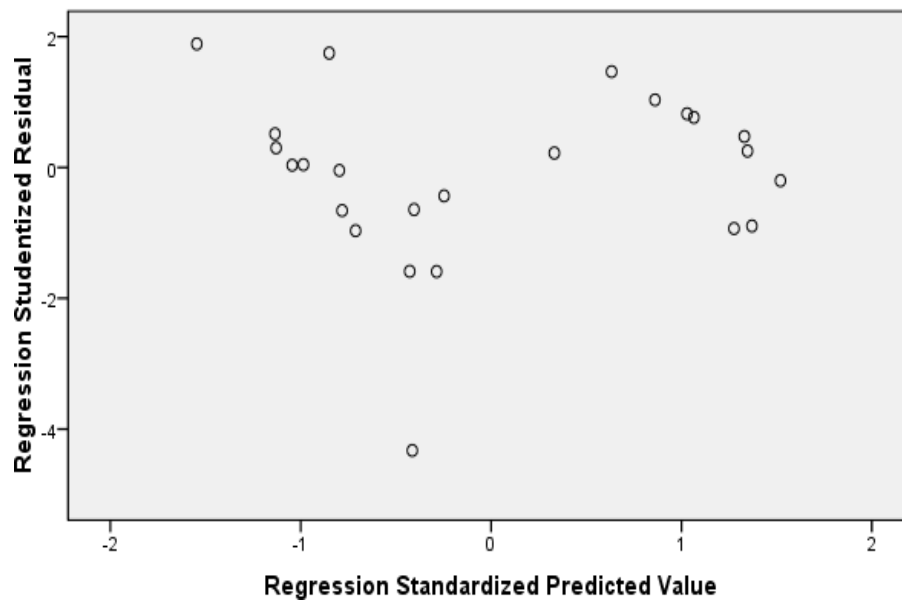
Dari hasil pengujian dari ketujuh variabel independen dalam penelitian ini semuanya dinyatakan memenuhi kriteria dan tidak ditemukan adanya gejala multikolinieritas sehingga dapat melanjutkan kepada tahapan selanjutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini dalam melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan model *scatter*. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut Imam Ghazali, tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar

kemudian menyempit) pada gambar *scatterplot*, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.



Tabel. 4.10 Uji Heteroskedastisitas

Sesuai dengan gambar tersebut, dapat diketahui jika bulatan-bulatan menyebar diatas dan dibawah angka 0, yang dapat diartikan jika tidak ada gejala heteroskedastisitas sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau variabel bebas yaitu Peomosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan, terhadap variabel dependen atau terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

Tabel 4.11
Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	4.560	5.665	2.227	.000
	Promosi	.872	.935	2.657	.001
	Harga	.657	.769	2.220	.001
	Kualitas Pelayanan	.987	.552	1.545	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data SPSS penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.11 diatas, maka dapat disusun persamaan atau model regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,650 + 0,872 X_1 + 0,657 X_2 + 0,987 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 4,650, artinya jika Promosi (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3), nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen (Y) nilainya sebesar 4,650.
- b. Koefisien Promosi (X_1) sebesar 0,872 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Promosi (X_1), akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,872 satuan.
- c. Koefisien Harga (X_2), sebesar 0,657 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Harga (X_2), akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,657 satuan.

- d. Koefisien Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0,987 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Pelayanan (X_3), akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,987 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji *T Parsial*

Uji ini digunakan dalam penelitian model regresi dengan menguji antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Dengan analisis berdasarkan perbandingan nilai signifikansi. Menurut Imam Gazhali, jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, atau penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan *t* hitung dan *t* tabel, jika nilai *t* hitung > *t* tabel berpengaruh.

Rumus mencari *t* tabel yaitu $(0,05:2 ; 100 - 4 - 1) = 0,025 ; 100 - 4 - 1 = 0,025 ; 100 = 0,095$.

Berdasarkan penghitungan tersebut dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji T Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	1504.045	523.458		2.873	.012
Promosi	.029	.044	.169	3.012	.004
Harga	.729	.444	.145	3.105	.003
Kualitas Pelayanan	.429	.122	.445	2.949	.004

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- a. Hipotesa pertama (H_1) Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,04. Sesuai dengan jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,04 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang pertama atau variabel Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.

Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,012 > 0,095$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa pertama, "Ada pengaruh Promosi terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone."

- b. Hipotesa kedua (H_2) Ada Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,03. Sesuai dengan jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,03 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang kedua atau

variabel X4 yaitu Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.

Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,105 > 0,095$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa kedua, "Ada Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone."

c. Hipotesa ketiga (H_3) Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,04. Sesuai dengan jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,04 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang ketiga atau variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.

Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $2,949 > 0,095$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa ketiga, "Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone."

b. Uji *F Simultan*

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Imam Ghazali, jika nilai *sig.* < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Selain itu guna meyakinkan hasil penelitian, dilakukan perbandingan pada nilai hitung *f* tabel, jika nilai *f* hitung > *f* tabel maka variabel X berpengaruh terhadap Y.

Tabel. 4.13 Hasil Uji Hipotesa *F Simultan*

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161.768	7	23.110	13.988	.000 ^b
	Residual	105.732	69	1.652		
	Total	267.500	76			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan

Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui, jika nilai *sig.* < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Maka dapat diketahui $0,000 < 0,05$ sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesa diterima.

Kemudian, dengan membandingkan nilai *F* hitung yaitu sebesar 13,988 dan *F* tabel sebesar 2,37. Sehingga dapat diketahui bahwa *F*

hitung $> F$ tabel ($13,988 > 2,37$) atau dari hasil perbandingan tersebut dinyatakan memberikan pengaruh.

Dengan demikian “Ada Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone,” atau dapat dinyatakan jika uji secara bersama-sama variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y.

5. Uji Besar Pengaruh

Dalam penelitian ini, guna mengetahui besaran besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan uji *R square*.

Tabel. 4.14 Uji *R Square*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.562	1.285

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan

Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui besaran nilai *Adjusted R square* sebesar 0,562 atau jika dikonfersi menuju persen menjadi 56,2%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen sebesar 56,2%, selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Sesuai dengan kajian dalam penelitian ini mengenai **“Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus di Toko Handphone Neophone).”** Guna mempermudah membaca kesimpulan akhir dalam rangkaian uji statistik yang telah dilaksanakan, maka peneliti merangkumnya dalam rekapitulasi hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

Tabel. 4.15 Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Hipotesa	Penghitungan	Kesimpulan
1	Ada Pengaruh Promosi terhadap terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.	Sesuai uji statistik: 1. Sesuai dengan nilai signifikansi sebesar 0,04. Sesuai dengan jika nilai <i>sig.</i> < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,04 < 0,05$. 2. uji <i>T Parsial</i> berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,012 > 0,095$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.	Ha Diterima
2	Ada Pengaruh Harga terhadap terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone,	Sesuai uji statistik: 1. Sesuai dengan nilai signifikansi sebesar 0,03. Sesuai dengan jika nilai <i>sig.</i> < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,03 < 0,05$. 2. uji <i>T Parsial</i> berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,105 > 0,095$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.	Ha Diterima

3	Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.	<p>Sesuai uji statistik:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan nilai signifikansi sebesar 0,04. Sesuai dengan jika nilai <i>sig.</i> < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, 0,04 < 0,05. 2. uji <i>T Parsial</i> berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai 2,949 > 0,095, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh. 	Ha Diterima
4	Ada Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap terhadap Kepuasan konsumen di Toko Handphone Neophone.	<p>Sesuai uji statistik:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. nilai <i>sig.</i> < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Maka dapat diketahui 0,000 < 0,05. 2. membandingkan nilai F hitung yaitu sebesar 13,988 dan F tabel sebesar 2,37. Sehingga dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (13,988 > 2,37) atau dari hasil perbandingan tersebut dinyatakan memberikan pengaruh. 	Ha Diterima