

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Profil Objek Penelitian**

##### **1. Profil Lokasi Penelitian**

Industri “Happy Viola Al-Firdaus Collection” berdiri pada tahun 2002, pemilik bernama Ibu Anggir. Awal mula pendirian ini saat beliau pada waktu itu mengingat pada kondisi perekonomian yang pada saat itu mengalami labil selain itu juga ingin lekas mendapatkan pekerjaan dan juga kasihan terhadap kedua orang tua. Di sektor lain pun jumlah perkembangan penduduk yang tidak dapat terkendali dan jumlah pengangguran yang semakin banyak sebagai dampak dari pasca krisis perekonomian yang melanda. Maka oleh karena itu tergugah untuk bertekat berkarier yang kiranya tidak menggantungkan kepada orang lain, dengan wujud berwiraswasta di bidang tersebut.

Berawal dengan belajar dari pengalaman yang ada yang dimulai dari belajar kedua orang tua yang pada dasarnya beliau sudah berpengalaman dalam berwiraswasta atau konveksi. Pada awalnya beliau sebagai penjual (marketing) barang-barang yang dikelola kedua orang tua yang sudah berjalan lama dan berjalan lama kurang lebih 5 tahun hingga pada akhirnya tanpa terlepas dari dukungan orang tua dan suami, pada akhirnya bersepakat memutuskan untuk bertekat mengawali berwiraswasta yang memproduksi dari barang baku menjadi barang jadi yang siap di pasarkan ke konsumen.

Adapun mengenai dengan karyawan yang ada sebanyak 26 orang dengan 6 orang sebagai potong kain, operator mesin obras dan pelaksana perlengkapan assesoris baju, sedangkan 20 orang sebagai penjahit dan membantu pemasaran. Dengan hasil karya yang disamping diawasi sekaligus juga ikut dalam proses mulai dari belanja bahan baku sampai pemasaran ke konsumen.

Terkait mengenai penetapan jam kerja, dimulai dengan pukul 08.00 hingga pukul 16.00 dengan rentang 8 jam dalam seminggu, akan tetapi untuk hari minggu liburkan. Dengan menetapkan kebijakan uang makan berdasarkan hasil bekerja karyawannya. Apabila karyawannya bekerja sesuai dengan jam kerja maka uang makan yang diterima banyak karena hasil produksinya yang banyak. Dan apabila kemungkinan karyawan terdapat tidak sesuai jam kerja, misalnya tidak masuk, maka akan mempengaruhi jumlah gaji yang akan diterimanya.

Pemilik industri tersebut sangat memperhatikan karyawannya, dengan kelayalitan terhadap karyawan sangat diutamakan. Beliau juga merasa bangga karena sudah membantu untuk mengurangi angka pengangguran, namun tidak berhenti disitu juga. Justru beliau juga harus semakin berusaha meningkatkan usahanya di bidang wiraswasta tersebut, untuk dapat mencapai kesejahteraan bagi beliau khususnya dan bagi karyawannya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan narasumber Ibu Anggir

## B. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan kepuasan pelanggan di Happy Viola Al-Firdaus Collection dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden sebanyak 100. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Berdasarkan Usia

Pada hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia yang dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17-20	23	23%
2.	21-24	25	25%
3.	>25	52	52%
Total	100	100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden dengan karakteristik berdasarkan usia dengan 23 responden dengan usia 17 hingga 20 tahun dengan persentase 23%, 25 responden dengan usia 21 hingga 24 tahun dengan persentase 25%, 52 responden dengan usia > 25 tahun dengan persentase 52%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden dengan karakteristik usia didominasi oleh usia > 25 dari 100 sampel.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada hasil penelitian ini yang diperoleh dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Responden berdasarkan jenis kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	20	20%
2.	Perempuan	80	80%
Total	100	100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden dengan karakteristik berdasarkan jenis kelamin dengan 20 responden dengan jenis kelamin laki-laki dengan presentase 20%, 80 responden dengan jenis kelamin perempuan dengan presentase 80%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden dengan karakteristik jenis kelamin didominasi oleh perempuan dari 100 sampel.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian

Pada hasil penelitian ini yang diperoleh karakteristik responden berdasarkan intensitas pembelian yang dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Responden berdasarkan intensitas pembelian**

No.	Intensitas Pembelian	Jumlah	Presentase
1.	1 Kali	35	35%
2.	2-3 Kali	31	31%

3.	4-5 Kali	22	22%
4.	> 5 Kali	12	12%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden dengan karakteristik berdasarkan intensitas pembelian dengan 35 responden dengan pembelian 1 kali dengan persentase 35%, 31 responden dengan pembelian 2 sampai 3 kali dengan persentase 31%, 22 responden dengan pembelian 4 sampai 5 kali dengan persentase 22%, dan 12 responden dengan pembelian > 5 kali dengan persentase 12%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan karakteristik intensitas pembelian didominasi dengan oleh 1 kali dari 100 sampel.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskriptif yang dilakukan berdasarkan 3 (tiga) variabel merupakan kinerja produksi, pemasaran, dan kinerja produksi dengan mempunyai berguna untuk dapat mengetahui suatu gambaran rata-rata dari data yang telah didapatkan setelahh penyebaran kuesioner. Di bawah ini yang merupakan paparan dari hasil kuesioner yang telah diperoleh melalui 100 sampel sebagai berikut:

#### 1. Variabel Kinerja Produksi (X1)

**Tabel 4.4**  
**Kinerja Produksi**

No.	Variabel Kinerja Produksi	Rata-Rata
-----	---------------------------	-----------

1.	Kemampuan tenaga kerja yang dimiliki mampu mengerjakan dengan hasil yang baik	4,12
2.	Ketepatan karyawan dalam mengerjakan produk	4,23
3.	Bahan baku yang digunakan produk merupakan bahan yang mempunyai kualitas bagus	4,02
4.	Kualitas barang yang dihasilkan bagus, tidak mengalami kecacatan dalam produk	3,81

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa variabel kinerja produksi (X1) dengan melihat dari jawaban responden yang berdominan dengan rata-rata 4, yang artinya kecenderungan pada responden merupakan setuju. Sedangkan sisanya menunjukkan angka rata-rata 3 yang artinya kecenderungan pada responden merupakan netral.

## 2. Variabel Pemasaran (X2)

**Tabel 4.5**  
**Pemasaran**

No.	Variabel Pemasaran	Rata-Rata
1.	Ketersediaan terhadap macam-macam produk yang dihasilkan	4,02
2.	Kelengkapan jenis produk yang ada	4,02
3.	Kualitas produk yang dihasilkan bagus	3,87
4.	Potongan harga pada produk yang diberikan membuat tertarik	4,02
5.	Harga produk dapat bersaing dengan produk lain	3,86
6.	Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk	3,81
7.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan hasil yang diinginkan	3,71
8.	Tempat yang dituju strategis dan mudah ditempuh	3,86

9.	Lokasi yang mudah dan dapat dijangkau dengan kendaraan	4,09
----	--	------

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa variabel pemasaran (X2) dengan melihat dari jawaban responden yang berdominan dengan rata-rata 3, yang artinya kecenderungan pada responden merupakan netral. Sedangkan sisanya menunjukkan angka rata-rata 4 yang artinya kecenderungan pada responden merupakan setuju.

### 3. Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

**Tabel 4.6**  
**Kepuasan Pelanggan**

No.	Variabel Kinerja Produksi	Rata-Rata
1.	Tingkat harapan konsumen terhadap promosi yang diberikan dapat menarik konsumen	4,36
2.	Tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan sesuai	4,33
3.	Tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik	4,11

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan melihat dari suatu jawaban responden yang berdominan dengan rata-rata 4, yang mempunyai arti bahwasannya kecenderungan pada responden merupakan setuju.

## D. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur untuk dapat memperoleh data dengan valid. Uji validitas ini digunakan untuk dapat menguji

kevalidan butir-butir yang ada dalam suatu daftar pertanyaan dalam untuk mendefinisikan suatu variabel. Ketentuan validitas instrumen dikatakan dengan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dengan menggunakan uji signifikan 0,05 (5%), adapun hasil dari suatu pengujian validasi sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Uji Validasi**

Variabel	Nilai $r$ hitung	Nilai $r$ tabel	Keterangan
X1.1	820	0,349	Valid
X1.2	886	0,349	Valid
X1.3	844	0,349	Valid
X1.4	773	0,349	Valid
X2.1	819	0,349	Valid
X2.2	674	0,349	Valid
X2.3	792	0,349	Valid
X2.4	791	0,349	Valid
X2.5	614	0,349	Valid
X2.6	793	0,349	Valid
X2.7	703	0,349	Valid
X2.8	819	0,349	Valid
X2.9	757	0,349	Valid
Y.1	760	0,349	Valid
Y.2	822	0,349	Valid
Y.3	767	0,349	Valid



Berdasarkan tabel 4.7 yang diatas menunjukkan bahwasannya terdapat tiga variabel yang akan menjadi bahan penelitian dari ketiga variabel yang diteliti mempunyai jumlah item yang berbeda, yaitu pada variabel kinerja produksi (X1) memiliki 4 item pertanyaan, variabel pemasaran (X2) memiliki 9 item pertanyaan, dan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki 3 item pertanyaan. Maka dari masing-masing item pada setiap variabel diketahui bahwa nilai R hitung lebih besar daripada R tabel maka dari itu dapat dinyatakan bahwasannya valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji yang dilakukan untuk dapat mengukur apa yang harus seharusnya diukur. Uji ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat yang dipercaya, dan variabel dapat dikatakan reliabel maupun baik apabila *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,850	Reliabel
X2	0,899	Reliabel
Y	0,684	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil dari uji reliabilitas dapat diketahui bahwa pada variabel kinerja produksi (X1), pemasaran (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pada seluruh variabel kinerja produksi (X1), pemasaran (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan bahwa reliabel dan dapat dikatakan bahwa layak digunakan dalam penelitian dikarenakan *Cronbach's Alpha* lebih besar 0,60.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui apakah suatu variabel normal maupun tidak. Maka oleh itu, dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorov-Sminov* merupakan apabila nilai Sig atau signifikan  $< 0,05$  distribusi data merupakan tidak normal dan apabila nilai Sig atau signifikan  $> 0,05$  distribusi data merupakan normal. Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85542513
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.086
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		1.330
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa dapat diketahui bahwa pasa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,058 maka dapat diartikan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas dalam digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Hasil perhitungan uji multikolineritas dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.995	1.406		7.110	.000		
X1	.094	.087	.127	1.088	.279	.719	1.390
X2	.038	.036	.122	1.046	.298	.719	1.390

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel X1 dan X2 adalah 0,719. Nilai *tolerance* tersebut merupakan  $> 0,10$ . Diketahui nilai VIF untuk variabel X1 dan X2 adalah 1,390. Nilai VIF tersebut merupakan  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji suatu terjadinya perbedaan varian residual dalam suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Apabila nilai sig  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai sig  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil perhitungan uji heteroskedastisitas dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Uji Heteroskedastisitas**

**Correlations**

			X1	X2	Unstandar dized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.488**	.002
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.988
		N	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.488**	1.000	-.043
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.668
		N	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.002	-.043	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.988	.668	.	
	N	100	100	100	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwasannya nilai sig. pada kinerja produksi (X1) sebesar 0,988 dan nilai sig. pemasaran (X2) sebesar 0,668 maka dapat diartikan masing bahwa nilai sig. X1 dan X2 > 0,05, dengan itu disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk dapat menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui regresinya. Pada uji ini akan menguji signifikan antara variabel X (kinerja produksi dan pemasaran) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan di Happy Viola AL-Firdaus

Collection Tulungagung). Hasil perhitungan uji regresi linear dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Regresi Linear**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.995	1.406		7.110	.000
	X1	.094	.087	.127	1.088	.279
	X2	.038	.036	.122	1.046	.298

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas merupakan uji regresi linear berganda, maka hasil perhitungan dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 9,995 + 0,094 + 0,038$$

Dengan keterangan dari tabel 4.11 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta Y (kepuasaan pelanggan) sebesar 9,995 yang dapat menyatakan bahwa variabel kinerja produksi dan pemasaran dapat bernilai konstan atau tetap maka dengan itu kepuasaan pelanggan sebesar 9,995%,
- b) Koefisien regresi variabel kinerja produksi (X1) sebesar 0,094 menunjukkan bahwa apabila kinerja produksi ditingkatkan maka kepuasaan pelanggan akan meningkat sebesar 0,094%.

- c) Koefisien regresi variabel pemasaran (X2) sebesar 0,038 menunjukkan bahwa apabila pemasaran ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,038%.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Uji t merupakan suatu uji statistik untuk dapat mengetahui tingkat signifikan masing-masing variabel. Pengujian ini untuk menguji masing-masing variabel bebas kinerja produksi (X1) dan pemasaran (X2) berpengaruh signifikan terhadap Y (kepuasan pelanggan) dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Hasil perhitungan uji T dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji T**

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.995	1.406		7.110	.000
	X1	.094	.087	.127	1.088	.279
	X2	.038	.036	.122	1.046	.298

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dijelaskan bahwa uji T dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) **Pengaruh kinerja produksi terhadap kepuasan pelanggan di Happy Viola Al-Firdaus Collection Tulungagung.**

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  dari kinerja produksi merupakan 1,088 dengan mempunyai arti lebih besar dari  $t_{tabel}$  0,1975 dengan nilai sig. 0,279. Maka dengan hal ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan dapat dinyatakan signifikan dan hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kinerja produksi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b) **Pengaruh pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Happy Viola Al-Firdaus Collection Tulungagung.**

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  dari kinerja produksi merupakan 1,046 dengan mempunyai arti lebih besar dari  $t_{tabel}$  0,1975 dengan nilai sig. 0,298. Maka dengan hal ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan dapat dinyatakan signifikan dan hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kinerja produksi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).



## b. Uji F

Uji F digunakan untuk dapat menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dapat dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel yang terikat. Pada pengujian ini untuk menguji variabel bebas merupakan kinerja produksi (X1) dan pemasaran (X2) berpengaruh signifikan atau tidak terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel 4.14**  
**Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.022	2	8.511	2.422	.094 <sup>a</sup>
Residual	340.818	97	3.514		
Total	357.840	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.14 diatas maka dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  yang diperoleh merupakan sebesar 2,422 dengan sig. 0,094. Maka dari itu  $F_{hitung} 2,422 > F_{tabel} 3,09$  dengan nilai sig. 0,094 yang berarti variabel kinerja produksi (X1) dan pemasaran (X2) sama-sama berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Dengan itu dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja produksi (X1) dan pemasaran (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengetahui besar kemampuan pada variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.15**

**Uji Koefiesi Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.218 <sup>a</sup>	.048	.028	1.87446

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 4.15 diatas nilai *R Square* sebesar 0,048. Maka hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kinerja produksi dan pemasaran sebesar 48%. Sedangkan pada sisanya yang dipengaruhi oleh variabel lain yang ada di luar model atau variabel dalam penelitian ini.

