

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Profil Jesse Factory Tulungagung

Toko Jesse Factory Tulungagung adalah toko yang menyediakan berbagai macam fashion, pakaian, jaket, hoodie, celana, rok, kosmetik, peralatan make up, skincare, softlents, masker, aksesoris, sandal, tas, dompet, hijab dan berbagai produk lain yang dibutuhkan berbagai kalangan mulai dari remaja, anak-anak kuliah, dewasa hingga ibu-ibu rumah tangga. Jesse Factory Tulungagung berdiri tahun 2010 yang didirikan oleh Ibu Valentine atau biasa dipanggil Ibu Valen. Awal mula usaha onlineshop ini namanya bukan “Jesse Factory” melainkan “Vallen Shop”. Saat itu pemasarannya masih menggunakan media sosial blackberry messenger dan facebook. Sebelum memiliki toko, sistem penjualan disini adalah pesanan langsung diantar oleh ibu Valen sebagai pemilik Jesse Factory tanpa dipungut ongkos kirim.

Setelah memiliki cukup modal tahun 2015 Ibu Valentine membuka usaha di ruko kecil 3x4 di jalan Pangeran Antasari Tulungagung, tepatnya di depan BRP 3 Tulungagung. Ketika Jesse Factory Tulungagung mulai memiliki konsumen yang banyak dan tokonya terlalu kecil sehingga tidak cukup menampung konsumen yang berbelanja di toko tersebut kemudian pindah ke

ruko baru yang lebih besar di utara Stasiun Tulungagung Beralamat di jalan Pangeran Antasari No.14 Kenayan, Kampungdalem, Tulungagung yang sekarang dikenal dengan nama “Jesse Factory Store Stasiun Tulungagung”. Ditoko baru ini usahanya semakin berkembang drastic. Tahun 2017 Ibu Valentine memutuskan membuka cabang di daerah Campurdarat tepatnya di jalan Raya Pelem, Sumberejo, Pelem Kecamatan Campurdarat yang dikenal dengan nama “Jesse Factory Store Campurdarat”. Beberapa bulan kemudian Ibu Valentine membuka cabang lagi di Ngunut tepatnya di Desa Gilang No.38 Kecamatan Ngunut yang dikenal dengan nama “Jesse Factory Store Ngunut”. Desember 2019 Jesse Factory membuka store baru yang ke 4 di jalan. Kyai Haji Wahid Hasyim No.88, Kauman, Kecamatan Tulungagung dikenal dengan nama “Jesse Factory Store 4 Tulungagung”.

Produk yang tersedia di Jesse Factory Tulungagung tentunya memiliki kualitas yang bagus dengan brand-brand yang harganya mudah dijangkau kalangan remaja seperti implora, madam gie, emina, safii, wardah, scarlet, acnes, pixy, viva, elips, hanasui, focalure dan lain-lain. Jesse Factory selalu mengikuti trend yang sedang berkembang hal tersebut di karenakan Ibu Valentine sebagai pemilik usaha berperan langsung dalam proses pengadaan barang yang akan ditawarkan di Jesse Factory Tulungagung. Beliau memilih semua produk yang akan di pasarkan serta mengatur seluruh harga-harga didalam tokonya, karyawan hanya bertugas membersihkan dan menata produk yang ada ditoko dan melayani konsumen dengan baik. Dalam memilih

produk yang akan ditawarkan di Ibu Valentine selalu mempertimbangkan harga, kualitas, kuantitas dan ongkos kirim. Dalam kegiatan administrasi, Ibu Valentine menggunakan komputer agar mudah mengontrol penjualan dalam sehari-hari dan meneliti semua stok barang yang ada di setiap store Jesse Factory Tulungagung. Atas kerja keras Ibu Valentine tersebut banyak brand yang berlomba-lomba menawarkan produknya ke Toko Jesse Factory Tulungagung. Saat ini Toko Jesse Factory Tulungagung telah menjadi distributor resmi berbagai brand kosmetik seperti madam gie, implora, golden viera, crushlicious dan roro mendut.

Dalam pemasaran produk yang dijualnya kepada konsumen, Jesse Factory Tulungagung memanfaatkan media sosial instagram dengan akun bernama @jessefactory. Setiap harinya ibu valentine selalu membuat instastory untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai ketersediaan stok barang dan jika ada barang baru. Sehingga konsumen akan tertarik untuk datang ke Jesse Factory Tulungagung dan membeli barang yang dijualnya. Selain itu Jesse Factory Tulungagung menggunakan media sosial lain seperti shoopie, tiktok dan youtube.

b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Toko Jesse Factory Tulungagung yang didirikan oleh ibu valentine sebagai berikut:

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Toko Jesse Factory Tulungagung

No	Nama	Jabatan	Alamat
1	Ibu Valentine Dian Saputri	Pemilik	Tulungagung
2	Putri Nur Alngaini	Karyawan Store Tulungagung	Botoran
3	Tintus Sulistya	Karyawan Store Tulungagung	Gesikan
4	Fidia Fitriana	Karyawan Store Tulungagung	Sobontoro
5	Lintya Colifa	Karyawan Store Tulungagung	Pakel
6	Vickyta Putri Masageta	Karyawan Store Tulungagung	Plandaan
7	Atika Sari	Karyawan Store Tulungagung	Kalidawir
8	Eidinsa Ayu Avioka	Karyawan Store Campurdarat	Campurdarat
9	Sulistyowati	Karyawan Store Ngunut	Ngunut
10	Ika Jui Lailatus Solekhah	Karyawan Store Campurdarat	Campurdarat

Sumber : Jesse Factory Tulungagung

2. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar. Sedangkan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 60 pelanggan, Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disebar. Angket yang disebar diberikan secara langsung berupa angket cetak.

2. Karakteristik Responden

Untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi responden dalam melakukan penelitian, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik-

karakteristik responden. Selain pernyataan-pernyataan tentang variabel penelitian, angket berisikan data diri responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pelanggan Jesse Factory Tulungagung yang mengikuti perkembangan fashion dan make-up, pelanggan Jesse Factory Tulungagung yang sering berbelanja pakaian, kosmetik, skincare untuk mengupdate penampilan, dan sering tidaknya pelanggan tersebut berbelanja di Jesse Factory Tulungagung.

Karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Presentase (%)
Laki-laki	9	15%
Perempuan	51	85%
Total	60	100%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa pelanggan Jesse Factory Tulungagung yang mengikuti perkembangan fashion dan make-up mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 51 orang atau 85%.

Tabel 4.3

Usia Responden

Usia	Banyaknya Responden	Presentase (%)
18 – 21 tahun	21	35%
22 – 25 tahun	39	65%
Total	60	100%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan Jesse Factory

Tulungagung terbanyak adalah usia 22-25 tahun dengan jumlah sebesar 39 orang atau 65%.

Tabel 4.4

Pelanggan Jesse Factory Tulungagung yang mengikuti perkembangan fashion dan make-up

Yang Mengikuti Perkembangan Fashion dan Make-Up	Banyaknya Responden	Presentase (%)
YA	54	90%
TIDAK	6	10%
TOTAL	60	100%

Tabel 4.5

Pelanggan Jesse Factory Tulungagung yang sering berbelanja pakaian, kosmetik, skincare untuk mengupdate penampilan

Yang Sering Berbelanja Pakaian, Kosmetik, Skincare Untuk Mengupdate Penampilan	Banyaknya Responden	Presentase (%)
YA	52	87%
TIDAK	8	13%
TOTAL	60	100%

Tabel 4.6

Sering tidaknya pelanggan tersebut berbelanja di Jesse Factory Tulungagung.

Sering Berbelanja Di Jesse Factory Tulungagung	Banyaknya Responden	Presentase (%)
YA	44	73%

CUKUP	6	10%
TIDAK	10	17%
TOTAL	60	100%

3. Analisis Deskriptif Variabel

Angket penelitian telah peneliti sebarakan melalui angket cetak yang terdiri atas 32 item pernyataan dan peneliti bagi menjadi 4 yaitu : 8 pernyataan digunakan untuk mengukur Harga (X1), 8 pernyataan digunakan untuk mengukur Kualitas Produk (X2), 8 pernyataan digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan (X3) dan 8 pernyataan digunakan untuk mengukur Kepuasan Konsumen (Y).

Berikut hasil jawaban yang peneliti peroleh dari kuisisioner yang peneliti bagikan kepada responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut ini : a. Deskripsi Variabel X1 (Harga)

Hasil dari jawaban angket atau kuesioner atas variabel Harga yang diperoleh peneliti dari responden pada pengisian kuesioner cetak sebagaimana dipaparkan dalam tabel hasil rekapitulasi sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Rekapitulasi

Variabel Harga (X1)

Indikator	Skor Jawaban					Jumlah
	5	4	3	2	1	

	(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Netral)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)	
X1.1	13	33	14	0	0	60
X1.2	23	34	3	0	0	60
X1.3	28	23	9	0	0	60
X1.4	10	34	14	2	0	60
X1.5	23	26	11	0	0	60
X1.6	19	33	8	0	0	60
X1.7	28	25	7	0	0	60
X1.8	25	30	5	0	0	60

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.1), yaitu harga produk yang dijual di Jesse Factory relatif terjangkau. Dari 60 responden sebanyak 13 responden menyatakan sangat setuju, 33 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa harga produk yang dijual di Jesse Factory relatif terjangkau mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.2), yaitu dengan harga yang ditetapkan Jesse Factory, para konsumen banyak yang membeli produk. Dari 60 responden sebanyak 23 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju, 3 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa dengan harga yang ditetapkan Jesse Factory,

para konsumen banyak yang membeli produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.3), yaitu harga produk di Jesse Factory sesuai kualitas. Dari 60 responden sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju, 23 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa harga produk di Jesse Factory sesuai kualitas mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.4), yaitu harga produk di Jesse Factory sesuai dengan hasil yang diinginkan. Dari 60 responden sebanyak 10 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa harga produk di Jesse Factory sesuai dengan hasil yang diinginkan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.5), yaitu harga produk di Jesse Factory lebih murah dibandingkan dengan yang lain. Dari 60 responden sebanyak 23 responden menyatakan sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan

tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa harga produk di Jesse Factory lebih murah dibandingkan dengan yang lain mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.6), yaitu sering ada promo dan diskon yang diberikan jika berbelanja di Jesse Factory. Dari 60 responden sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 33 responden menyatakan setuju, 8 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa sering ada promo dan diskon yang diberikan jika berbelanja di Jesse Factory mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.7), yaitu harga produk di Jesse Factory sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen. Dari 60 responden sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju, 25 responden menyatakan setuju, 7 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa harga produk di Jesse Factory sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.8), yaitu harga produk di Jesse Factory memiliki manfaat yang bagus dibandingkan

dengan yang lain. Dari 60 responden sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa harga produk di Jesse Factory memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Deskripsi Variabel X2 (Kualitas Produk)

Hasil dari jawaban angket atau kuesioner atas variabel Kualitas Produk yang diperoleh peneliti dari responden pada pengisian kuesioner cetak sebagaimana dipaparkan dalam tabel hasil rekapitulasi sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Rekapitulasi

Variabel Kualitas Produk (X2)

Indikator	Skor Jawaban					Jumlah
	5 (Sangat Setuju)	4 (Setuju)	3 (Netral)	2 (Tidak Setuju)	1 (Sangat Tidak Setuju)	
X2.1	12	33	13	2	0	60
X2.2	15	31	13	1	0	60
X2.3	15	32	13	0	0	60
X2.4	15	29	16	0	0	60
X2.5	11	31	18	0	0	60
X2.6	14	31	14	1	0	60
X2.7	12	22	26	0	0	60
X2.8	20	27	13	0	0	60

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.1), yaitu produk yang dijual di Jesse Factory bervariasi. Dari 60 responden sebanyak 12 responden menyatakan sangat setuju, 33 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa produk yang dijual di Jesse Factory bervariasi mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.2), yaitu produk yang dijual di Jesse Factory sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dari 60 responden sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju, 31 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa produk yang dijual di Jesse Factory sesuai dengan kebutuhan konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.3), yaitu produk yang dijual di Jesse Factory memiliki daya tahan yang lama. Dari 60 responden sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju, 32 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan

pernyataan bahwa produk yang dijual di Jesse Factory memiliki daya tahan yang lama mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.4), yaitu kemasan produk yang dijual di Jesse Factory tidak mudah rusak. Dari 60 responden sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju, 16 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa kemasan produk yang dijual di Jesse Factory tidak mudah rusak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.5), yaitu produk yang dijual di Jesse Factory memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen. Dari 60 responden sebanyak 11 responden menyatakan sangat setuju, 31 responden menyatakan setuju, 18 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa kemasan produk yang dijual di Jesse Factory tidak mudah rusak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.6), yaitu produk yang dijual di Jesse Factory memiliki kuantitas dan kualitas yang sama. Dari 60 responden sebanyak 14 responden menyatakan sangat setuju, 31 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 1 responden

menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa produk yang dijual di Jesse Factory memiliki kuantitas dan kualitas yang sama mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.7), yaitu produk yang dijual di Jesse Factory dapat diandalkan dan memuaskan. Dari 60 responden sebanyak 12 responden menyatakan sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 26 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan netral dengan pernyataan bahwa produk yang dijual di Jesse Factory dapat diandalkan dan memuaskan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.8), yaitu penampilan produk yang dijual di Jesse Factory mampu menarik perhatian konsumen. Dari 60 responden sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa penampilan produk yang dijual di Jesse Factory mampu menarik perhatian konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen.

a. Deskripsi Variabel X3 (Kualitas Pelayanan)

Hasil dari jawaban angket atau kuesioner atas variabel Kualitas Produk yang

diperoleh peneliti dari responden pada pengisian kuesioner cetak sebagaimana dipaparkan dalam tabel hasil rekapitulasi sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Rekapitulasi

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Indikator	Skor Jawaban					Jumlah
	5 (Sangat Setuju)	4 (Setuju)	3 (Netral)	2 (Tidak Setuju)	1 (Sangat Tidak Setuju)	
X3.1	15	29	14	2	0	60
X3.2	25	20	15	0	0	60
X3.3	19	25	16	0	0	60
X3.4	18	28	12	2	0	60
X3.5	19	35	6	0	0	60
X3.6	20	37	3	0	0	60
X3.7	31	23	6	0	0	60
X3.8	28	22	10	0	0	60

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.1), yaitu lokasi Jesse Factory strategis. Dari 60 responden sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan

responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa lokasi Jesse Factory strategis mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.2), yaitu fasilitas Jesse Factory lengkap dan modern. Dari 60 responden sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju, 20 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa fasilitas Jesse Factory lengkap dan modern mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.3), yaitu pelayanan yang sama dan tidak membedakan untuk semua konsumen. Dari 60 responden sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 25 responden menyatakan setuju, 16 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa pelayanan yang sama dan tidak membedakan untuk semua konsumen. mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.4), yaitu karyawan Jesse Factory berperilaku jujur dalam melayani. Dari 60 responden sebanyak 18 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan

bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa karyawan Jesse Factory berperilaku jujur dalam melayani mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.5), yaitu kesediaan karyawan Jesse Factory membantu kesulitan konsumen dengan cepat. Dari 60 responden sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa kesediaan karyawan Jesse Factory membantu kesulitan konsumen dengan cepat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.6), yaitu karyawan Jesse Factory menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.. Dari 60 responden sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju, 37 responden menyatakan setuju, 3 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa kesediaan karyawan Jesse Factory menanggapi permintaan konsumen dengan cepat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.7), yaitu karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap Jesse Factory. Dari 60 responden sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju,

23 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap Jesse Factory mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.8), yaitu Jesse Factory memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.. Dari 60 responden sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan Jesse Factory memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Deskripsi Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Hasil dari jawaban angket atau kuesioner atas variabel Kualitas Produk yang diperoleh peneliti dari responden pada pengisian kuesioner cetak sebagaimana dipaparkan dalam tabel hasil rekapitulasi sebagai berikut :

Tabel 4.10

Hasil Rekapitulasi

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Skor Jawaban
-----------	--------------

	5 (Sangat Setuju)	4 (Setuju)	3 (Netral)	2 (Tidak Setuju)	1 (Sangat Tidak Setuju)	Jumlah
Y.1	16	31	12	1	0	60
Y.2	24	27	8	1	0	60
Y.3	21	27	12	0	0	60
Y.4	22	28	10	0	0	60
Y.5	19	27	13	1	0	60
Y.6	20	28	12	0	0	60
Y.7	20	28	12	0	0	60
Y.8	20	27	13	0	0	60

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.1), yaitu konsumen selalu mendapatkan pelayanan yang menjanjikan ketika akan membeli produk di Jesse Factory. Dari 60 responden sebanyak 16 responden menyatakan sangat setuju, 31 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan konsumen selalu mendapatkan pelayanan yang menjanjikan ketika akan membeli produk di Jesse Factory mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.2), yaitu konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli sehingga membeli kembali di Jesse Factory. Dari 60 responden sebanyak 24 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju, 8 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan

setuju dengan pernyataan konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli sehingga membeli kembali di Jesse Factory mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.3), yaitu konsumen bersedia merekomendasikan produk Jesse Factory kepada saudara dan teman-teman. Dari 60 responden sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan konsumen bersedia merekomendasikan produk Jesse Factory kepada saudara dan teman-teman mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.4), yaitu konsumen bersedia memberikan review setelah menggunakan produk Jesse Factory di sosial media (story instagram). Dari 60 responden sebanyak 22 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan konsumen bersedia memberikan review setelah menggunakan produk Jesse Factory di sosial media (story instagram) mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.5), yaitu konsumen melakukan pembelian produk lain yang juga tersedia di Jesse Factory. Dari 60 responden sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 27

responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan konsumen melakukan pembelian produk lain yang juga tersedia di Jesse Factory mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.6), yaitu konsumen lebih tertarik dan nyaman berbelanja di Jesse Factory daripada di toko lain. Dari 60 responden sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan konsumen lebih tertarik dan nyaman berbelanja di Jesse Factory daripada di toko lain mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.7), yaitu konsumen sudah mulai melupakan produk dari toko lain dikarenakan mulai ada kecocokan di Jesse Factory. Dari 60 responden sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan pernyataan konsumen sudah mulai melupakan produk dari toko lain dikarenakan mulai ada kecocokan di Jesse Factory mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y.8), yaitu konsumen lebih percaya berbelanja di Jesse Factory karena kualitas produknya terpercaya. Dari 60 responden sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju dengan konsumen lebih percaya berbelanja di Jesse Factory karena kualitas produknya terpercaya mempengaruhi kepuasan konsumen.

B. Pengujian Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya pernyataan dalam suatu kuisiner yang disajikan oleh peneliti. Uji validitas menggunakan korelasi Bivariate Pearson (Produk Momen Pearson) dengan taraf signifikan 5% menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila $R_{hitung} \geq R_{tabel}$, sebaliknya jika $R_{hitung} \leq R_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

Dari jumlah responden yang digunakan penelitian, diketahui besarnya R_{tabel} adalah 0,2144 ($df = N-2 = 60-2 = 58$) dengan taraf signifikan 5 %.

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas

Variabel Harga (X1)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
-----------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------

X1.1	0,709	0,2144	VALID
X1.2	0,703	0,2144	VALID
X1.3	0,583	0,2144	VALID
X1.4	0,705	0,2144	VALID
X1.5	0,609	0,2144	VALID
X1.6	0,598	0,2144	VALID
X1.7	0,637	0,2144	VALID
X1.8	0,719	0,2144	VALID

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.11, hasil pengujian validitas variabel harga (X1) diketahui bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas

Variabel Kualitas Produk (X2)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,756	0,2144	VALID
X2.2	0,781	0,2144	VALID
X2.3	0,818	0,2144	VALID
X2.4	0,862	0,2144	VALID
X2.5	0,700	0,2144	VALID
X2.6	0,808	0,2144	VALID
X2.7	0,864	0,2144	VALID
X2.8	0,839	0,2144	VALID

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.12, hasil pengujian validitas variabel kualitas produk (X2) diketahui bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X3)

No. Item	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
X3.1	0,725	0,2144	VALID
X3.2	0,771	0,2144	VALID
X3.3	0,625	0,2144	VALID
X3.4	0,595	0,2144	VALID
X3.5	0,471	0,2144	VALID
X3.6	0,686	0,2144	VALID
X3.7	0,565	0,2144	VALID
X3.8	0,718	0,2144	VALID

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.13, hasil pengujian validitas variabel kualitas pelayanan (X3) diketahui bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Item	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
Y.1	0,800	0,2144	VALID
Y.2	0,846	0,2144	VALID
Y.3	0,909	0,2144	VALID
Y.4	0,899	0,2144	VALID
Y.5	0,947	0,2144	VALID
Y.6	0,925	0,2144	VALID
Y.7	0,946	0,2144	VALID
Y.8	0,894	0,2144	VALID

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.14, hasil pengujian validitas variabel kepuasan konsumen (Y) diketahui bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dalam penelitian ini. Untuk pengujian reliabilitas dapat mengacu pada :

nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,60$ maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas baik atau sangat reliabel nilai Cronbach Alpha (α) $< 0,60$ maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas buruk atau tidak reliabel.

nilai Cronbach Alpha (α) $0,6-0,79$ maka dapat dinyatakan bahwa reliabilitas diterima atau reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas variabel harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan konsumen.

Tabel 4.15

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Harga (X1)

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	8

Sumber data diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha (α) untuk variabel harga yaitu sebesar $0,843 > 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.16

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Poduk (X2)

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	8

Sumber data diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha (α) untuk variabel kualitas produk yaitu sebesar $0,922 > 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Tabel 4.17

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	8

Sumber data diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha (α) untuk variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar $0,799 > 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.18

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	8

Sumber data diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha (α) untuk variabel kepuasan konsumen yaitu sebesar $0,965 > 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

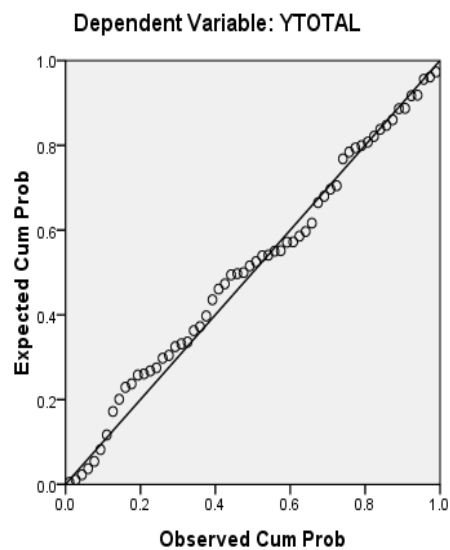
Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas bisa dilakukan dengan uji grafik yaitu dengan melihat Grafik Normal P-P Plot. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun, jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dalam penelitian ini

menggunakan *software* aplikasi SPSS 16 dan berikut hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar grafik berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Uji Normalitas Grafik P-P Plot
Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat bahwa titik-titik data berada di sekitar garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusikan normal (memenuhi asumsi normalitas).

4. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari dilakukakannya uji multikolinearitas yaitu untuk mengetahui tingkat hubungan atau korelasi antar variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Untuk mendeteksi adanya hubungan multikolineritas dalam variabel-variabel bebas dan variabel terikat maka dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan jika

- a. Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan nilai < 10 maka artinya multikolinearitas tidak terjadi.
- b. Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan nilai >10 maka artinya multikolinearitas terjadi.

Berikut adalah data hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini :

Tabel 4.19

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
-10.229	3.160		-3.237	.002		
.446	.167	.311	2.674	.010	.256	3.913
.316	.134	.276	2.359	.022	.253	3.959
.548	.138	.382	3.962	.000	.372	2.691

a. Dependent Variable: Kepuasan
Konsumen

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation Faktor (VIF) variabel harga adalah 3,913 atau $< 10,00$ nilai VIF variabel kualitas produk adalah 3,959 atau $< 10,00$, nilai VIF variabel kualitas pelayanan adalah 2,691 atau $< 10,00$.

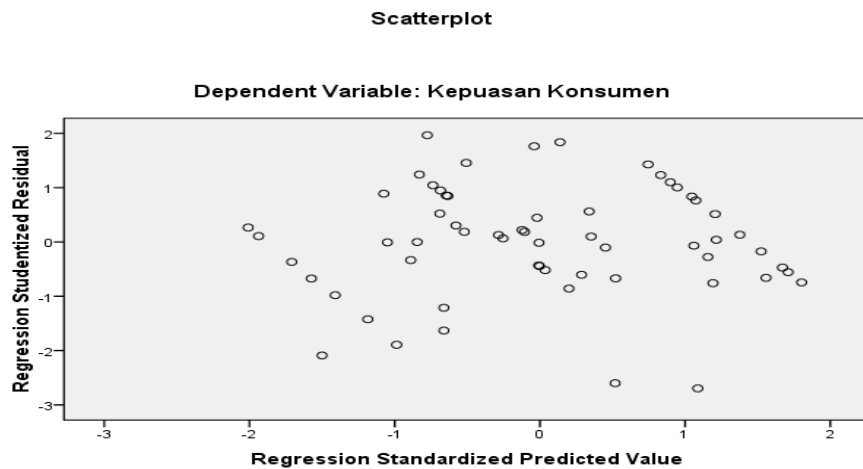
Selanjutnya, nilai tolerance variabel harga adalah 0,256 atau $> 0,10$; nilai tolerance variabel kualitas produk adalah 0,253 atau $> 0,10$; nilai tolerance variabel kualitas pelayanan adalah 0,372 atau $> 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel ini tidak terjadi multikolinearitas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara agar untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *Scatterplot*. Syarat untuk data dikatakan data terbebas dari masalah heteroskedastisitas, jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, antara (0,y) dan (0,-y) serta tidak membentuk pola tertentu. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatter Plot
Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan gambar grafik *Scatterplot* diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada

sumbu Y. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi serta asumsi dapat terpenuhi.

A. Analisis Data

Setelah beberapa uji persyaratan dan uji asumsi klasik sudah terpenuhi, selanjutnya adalah akan dilakukannya uji regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen lebih dari satu terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan SPSS 16.0 hasil dari pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

1. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji pengaruh antara variabel independen (pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) dengan menggunakan uji regresi linear yang disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.20

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-10.229	3.160		3.237	.002		
Harga	.446	.167	.311	2.674	.010	.256	3.913
Kualitas Produk	.316	.134	.276	2.359	.022	.253	3.959
Kualitas Pelayanan	.548	.138	.382	3.962	.000	.372	2.691

a. Dependent Variable:
Kepuasan Konsumen

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.20 di atas, maka dapat digunakan untuk menggambar persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -10,229 + 0,446 X_1 + 0,316 X_2 + 0,548 X_3$$

Hasil persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jika harga (X₁) kualitas produk (X₂) kualitas pelayanan (X₃) sama dengan 0 (nol) maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan sebesar -10,229.
- b. Koefisien regresi variabel harga (X₁) dari perhitungan linear berganda menunjukkan nilai sebesar 0,446. Tanda positif (+) pada angka tersebut menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 dari unit nilai harga, maka akan

meningkatkan kepuasan konsumen Jesse Factory sebesar 0,446. Dan sebaliknya jika setiap pengurangan 1 dari unit nilai dari harga, maka akan menurunkan kepuasan konsumen Jesse Factory sebesar 0,446 dengan asumsi variabel selain harga dianggap tetap atau konstan.

- c. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) dari perhitungan linear berganda menunjukkan nilai sebesar 0,316. Tanda positif (+) pada angka tersebut menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 dari unit kualitas produk, maka meningkatkan kepuasan konsumen Jesse Factory sebesar 0,316. Dan sebaliknya, jika setiap pengurangan 1 dari unit kualitas produk, maka akan menurunkan kepuasan konsumen Jesse Factory sebesar 0,316 dengan asumsi variabel selain kualitas produk dianggap tetap atau konstan.
- d. Koefisien regresi variabel dari kualitas pelayanan (X_3) dari perhitungan linear berganda menunjukkan nilai sebesar 0,548. Tanda positif (+) dari angka tersebut menunjukkan bahwa ada pertambahan 1 unit nilai kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Jesse Factory sebesar 0,548. Dan sebaliknya jika ada pengurangan 1 unit nilai kualitas pelayanan, maka akan menurunkan kepuasan konsumen Jesse Factory sebesar 0,548 dengan asumsi variabel selain kualitas pelayanan dianggap tetap atau konstan.

2. Uji Hipotesis

Rumuusan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 = harga mempengaruhi kepuasan konsumen Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar.

H2 = kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar.

H3 = kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar.

H4 = harga, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar.

a. Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji t digunakan peneliti untuk mengetahui apakah masing- masing variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) mempengaruhi variabel dependen (Y) secara signifikan. Uji ini dilakukan dengan syarat:

Cara 1: Jika nilai $sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai $sig > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Cara 2: Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel

dependen.

Tabel 4.21

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-10.229	3.160		3.237	.002		
Harga	.446	.167	.311	2.674	.010	.256	3.913
Kualitas Produk	.316	.134	.276	2.359	.022	.253	3.959
Kualitas Pelayanan	.548	.138	.382	3.962	.000	.372	2.691

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.21 di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Varibel harga (X1)

H1 = Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (H1 diterima).

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.21, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010 atau sig < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H1 diterima**).

Atau, dalam tabel di atas nilai thitung pada variabel harga (X1) sebesar 2,674. Dan nilai ttabel diketahui sebesar 2,002 ($df = \alpha/2 ; n - k - 1 = 0,05/2 = 0,025 ; 60 - 3 - 1 = 56$) dengan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil uji pengujian diperoleh thitung $>$ ttabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H1 diterima**)

2) Variabel Kualitas Produk (X2)

H2 = Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H2 diterima**).

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.21, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,022 atau sig $<$ 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung. (**H2 diterima**).

Atau, dalam tabel di atas nilai thitung pada variabel harga (X2) sebesar 2,359. Dan nilai ttabel diketahui sebesar 2,002 ($df = \alpha/2 ; n - k - 1 = 0,05/2 = 0,025 ; 60 - 3 - 1 = 56$) dengan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil uji pengujian diperoleh thitung $>$ ttabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H2 diterima**).

3) Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

H3 = Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H3 diterima**).

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.21, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $\text{sig} < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H3 diterima**).

Atau, dalam tabel di atas nilai thitung pada variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 3,962. Dan nilai ttabel diketahui sebesar 2,002 ($df = \alpha/2 ; n - k - 1 = 0,05/2 = 0,025 ; 60 - 3 - 1 = 56$) dengan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil uji pengujian diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H3 diterima**).

b. Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji ini dilakukan dengan syarat:

Cara 1: Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel independen

secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Cara 2: Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22

Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1363.833	3	454.611	77.640	.000 ^a
	Residual	327.901	56	5.855		
	Total	1691.733	59			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.22, hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau < 0,05. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis 4 (**H4 diterima**), yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H4 diterima**).

Atau, dalam tabel tersebut nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 77,640. Dan nilai F_{tabel} diketahui sebesar 2,77 ($df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = n - k - 1 = 60 - 3 - 1 = 56$). Hasil pengujian pada tabel 4.22 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jesse Factory Tulungagung (**H4 diterima**).

C. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel independen yang digunakan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Namun demikian, jika dalam sebuah penelitian R² bernilai minus atau negatif (-), maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya, semakin kecil nilai R² maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai R² semakin mendekati angka 1, maka pengaruh tersebut semakin kuat. Dalam analisis regresi berganda maka yang digunakan adalah Adjusted R Square.

Tabel 4.23

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.806	.796	2.41979

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Data yang telah diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.23, nilai Adjusted R Square sebesar 0,796. Jadi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 79,6% (diperoleh dari $0,796 \times 100\%$), sedangkan sisanya sebesar 20,4% (diperoleh dari $100\% - 79,6\%$) dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam model atau analisis ini.