

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Diskripsi Data

a. Gambaran Objek Penelitian

1. Latar Belakang berdirinya UD. Lancar Abadi

Usaha ini didirikan oleh Bapak Kusdi yang beralamat di Jl. Ahmad Yani Barat No.101, Karangwaru, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66217. Awal mulanya beliau menekuni dunia fashion seperti gamis, kerudung, busana muslim, dll. Di karenakan banyak persaingan di usaha fashion beliau mencoba mengembangkan usaha pakaian dalam. Sebetulnya beliau sudah lama merintis usaha pakaian dalam tetapi tidak terlalu ditekuni sampai sekarang. Tetapi setelah melihat persaingan usaha fashion diluar begitu ketat, akhirnya dengan tekad yang kuat untuk wirausaha maka beliau mulai menekuni usaha macam - macam pakaian dalam dan untuk usaha faishionnya sudah tidak di tekuni lagi. Usaha ini cukup berkembang dengan pesat pangsa pasarnya sudah hampir seluruh Indonesia.

Hasil dari produksinya, beliau sendiri dan beberapa karyawan yang mempromosikan produknya lewat situs online yaitu facebook, twitter dan Instagram. Dengan bertambahnya modal, bertambahnya pemasar (marketer) maka beliau memperluas usahanya dengan cara menambah tenaga kerja menjahit agar produksinya semakin meningkat, dan merekrut karyawan-karyawan. Usaha ini mampu bertahan dan mengalami peningkatan karena Produk Pakain dalam yang dihasilkan memiliki kualitas produk yang bermutu, disamping itu

Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah permintaan.¹

2. Lokasi Usaha

Lokasi Usaha UD. Lancar Abadi di Jl. Ahmad Yani Barat No.101, Karangwaru, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66217.

3. Produk

Produk yang ditawarkan oleh Usaha UD Lancar Abadi Tulungagung adalah jenis pakaian Celana Dalam, Leaging dan Kaos Singlet. Jenis pakaian ini juga sering kita jumpai di toko-toko yang menjual pakaian. Produk UD. Lancar Abadi ini selain memiliki Kualitas bahan yang bermutu, menyediakan juga pilihan model yang bervariasi dan segala jenis ukuran. Dengan begitu konsumen tidak akan merasa kecewa dan tertarik ketika membeli produk yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan pun relatif cukup murah karena ketika menentukan harga produk sudah mempertimbangkan total biaya produksi dan biaya lain - lain. Adapun produk UD. Lancar Abadi dan harga yang bervariasi seperti pada tabel dibawah ini:²

Tabel 4.1
Daftar Nama Produk dan Harga UD Lancar Abadi Tulungagung

No	Nama	Harga / Lusin
1	Sempak High Class	49.000 -56.500
2	Sempak Mahatex	47.000 – 54.000
3	Mahadewi	27.000 – 34.000
4	Ameyzylia Polos	38.500 – 51.500
5	Ameyzylia Sablon	40.500 – 53.500

¹ Wawancara dengan Kusdi, tanggal 05 Januari 2021, pukul 16.50 di rumah Bapak Kusdi.

² Wawancara dengan Kusdi, tanggal 05 Januari 2021, pukul 16.50 di rumah Bapak Kusdi.

6	CD Highclass	46.500 – 54.500
7	Singlet Riana/ Nonic	26.000 – 52.500
8	Noboyuki Polos	28.000 – 32.000
9	Noboyuki sablon	29.000 – 33.000
10	Milenium	33.000 – 42.500
11	Belino Renda	36.000 – 51.500
12	Legging Ballon	177.500 – 200.000
13	Legging Panjang Connac	190.000 – 220.000
14	Legging Pendek Connac	140.500 – 185.000
15	Singlet Dewasa	60.000 – 80.000

Sumber: Data Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung Tahun 2020

4. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh UD Lancar Abadi Tulungagung adalah menggunakan strategi periklanan melalui internet (media sosial) seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram.³

5. Sasaran,dan Tujuan Pendirian UD. Lancar Abadi Tulungagung

1. Sasaran

- Seluruh Kalangan (Anak-anak, Remaja Dewasa,Lansia Laki -laki maupun Perempuan)

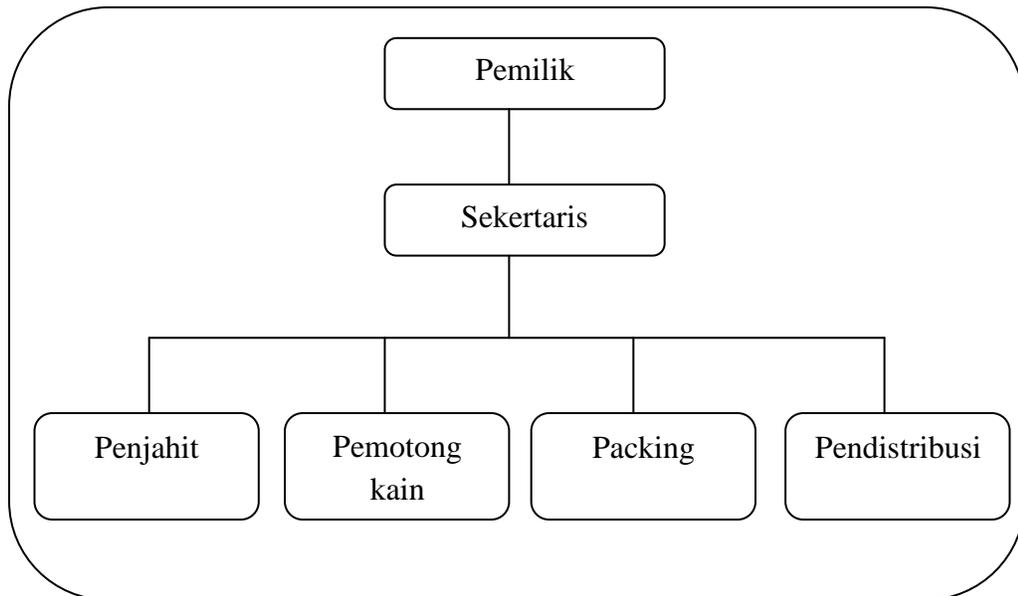
2. Tujuan

- Mencari keuntungan yang halal dan barokah.
- Memenuhi kebutuhan pakaian dalam semua kalangan.
- Menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi orang lain.

³ Wawancara dengan Kusdi, tanggal 08 Januari 2021, pukul 14.50 di rumah Bapak Kusdi.

6. Struktur Organisasi

Gambar 4.2



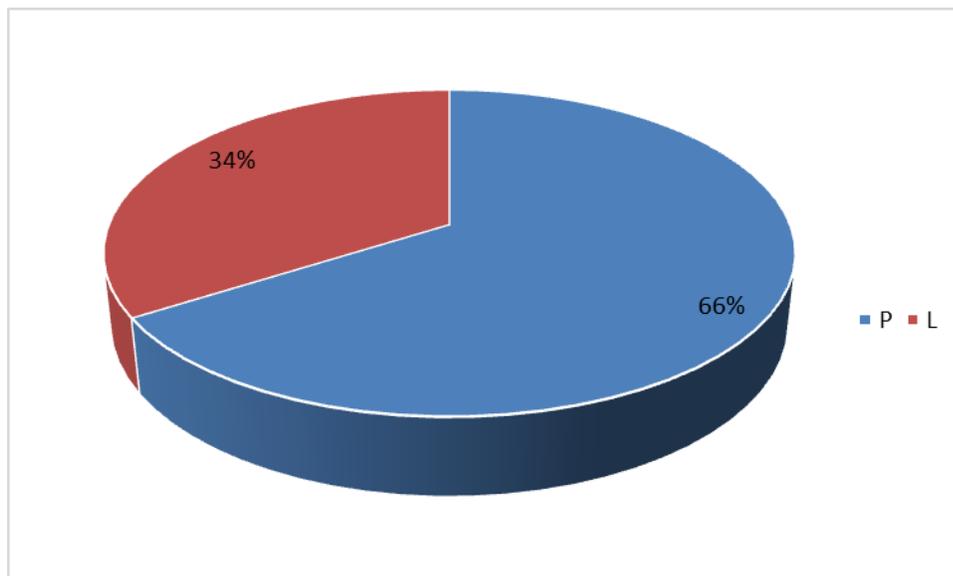
b. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen UD. Lancar Abadi Tulungagung adalah:

Gambar 4.3
Diagram Jenis Kelamin Responden

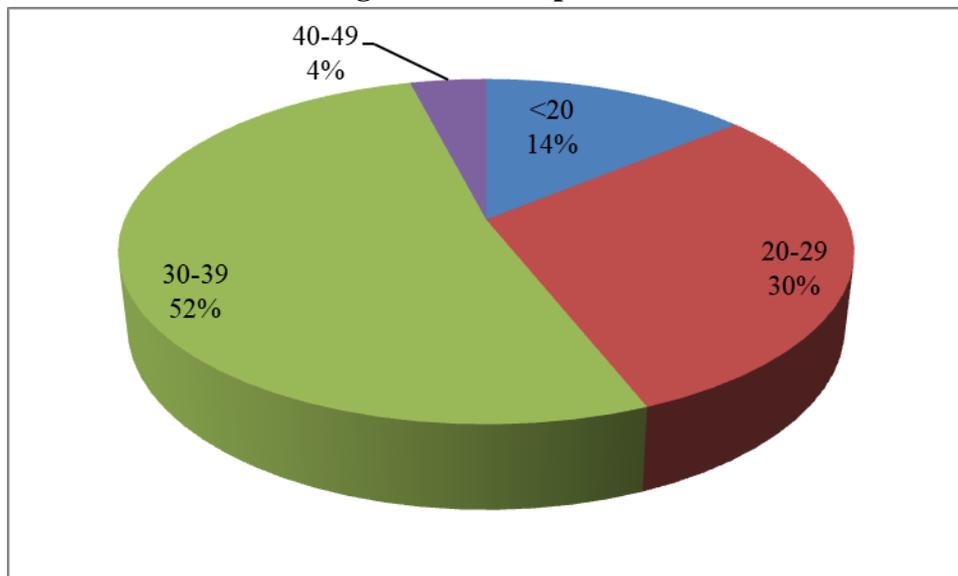


Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan Gambar 4.3 diatas, diketahui bahwa responden berasal dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan yaitu sebanyak 50 responden. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 17 responden atau 66% sedangkan responden dengan berjenis kelamin perempuan sebanyak 33 responden atau 66%. Dalam penelitian ini responden mayoritas berjenis perempuan.

2. Usia

Gambar 4.4
Diagram Usia Responden



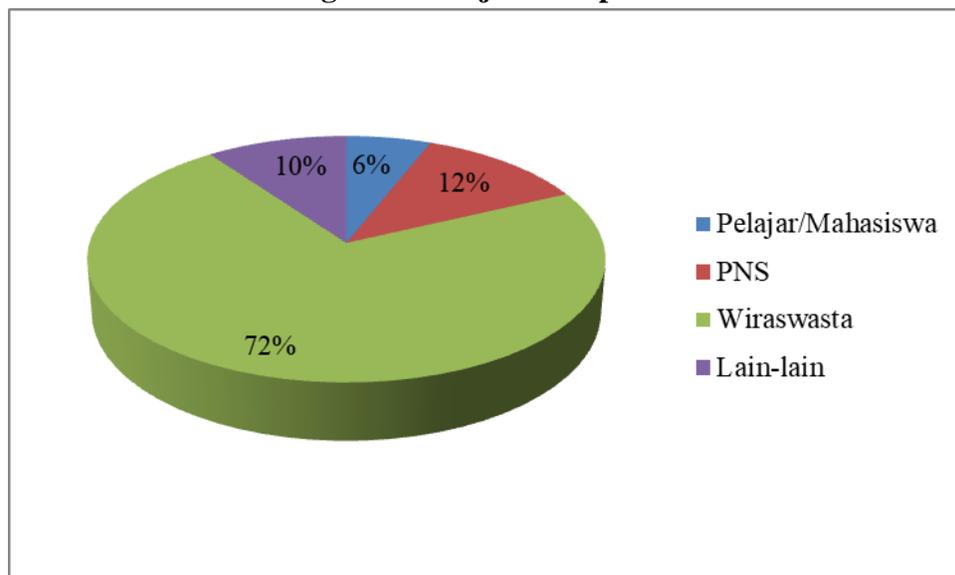
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan Gambar 4.4 diatas, diketahui bahwa usia responden UD. Lancar Abadi Tulungagung yang diambil adalah responden yang berusia < 20

tahun sebanyak 7 responden atau 14%, usia 20-29 tahun sebanyak 15 responden atau 30%, usia 30-39 tahun sebanyak 26 responden atau 52% dan usia 40-49 tahun sebanyak 2 responden atau 4%. Pada presentase atau jumlah responden paling banyak adalah responden yang berusia 30-39 tahun yakni sebesar 52%.

3. Pekerjaan

Gambar 4.5
Diagram Pekerjaan Responden



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

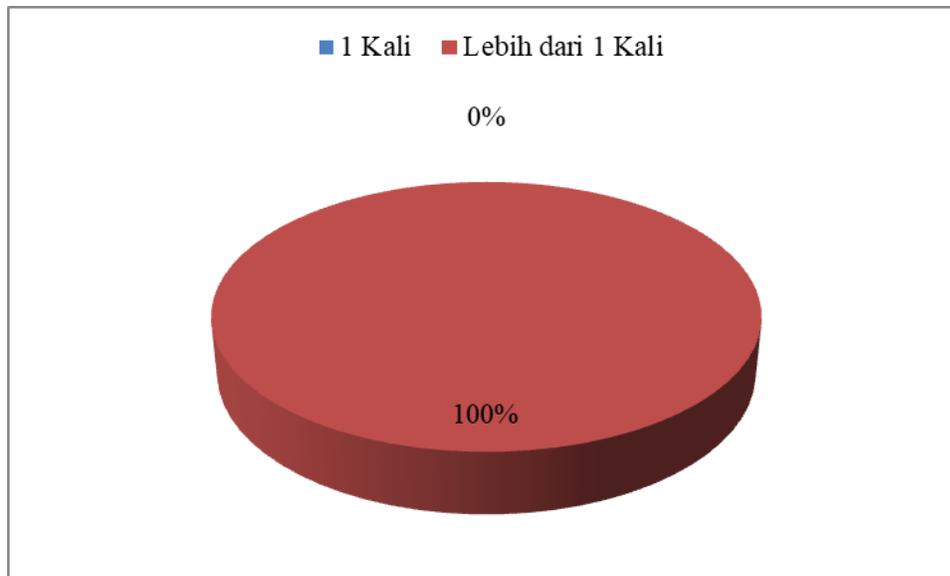
Berdasarkan gambar grafik 4.5 di atas diketahui bahwa pekerjaan

responden konsumen UD. Lancar Abadi Tulungagung untuk pelajar/ mahasiswa sebanyak 3 responden atau 6%, PNS sebanyak 6 responden atau 12%, Wiraswasta sebanyak 36 responden atau 72% dan lain –lain sebanyak 5 responden atau 10%. Dilihat dari gambar diatas Mayoritas konsumen UD. Lancar Abadi Tulungaung berasal dari Wiraswasta, terbukti dengan 36 responden dan jumlah presentase 72%.

4. Melakukan Pembelian di UD. Lancar Abadi Tulungagung

Gambar 4.6

Diagram Pembelian Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan Gambar 4.6 diatas, sebanyak 50 responden telah melakukan pembelian Di UD Lancar Abadi Tulungagung lebih dari satu kali yang mana telah memenuhi persyaratan sebagai responden penelitian.

c. Data penyajian hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dengan cara penyebaran angket pada 50 responden UD. Lancar Abadi Tulungagung terhadap 3 variabel penelitian yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga Produk (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Tabel 4.7

Kualitas Produk (X_1)

Item	Skor Jawaban					Total Skor
	5(SS)	4(S)	3(N)	2(TS)	1(STS)	
X1.1	21	28	1	0	0	220
X1.2	13	29	8	0	0	205
X1.3	20	28	2	0	0	218
X1.4	17	30	3	0	0	214
X1.5	27	19	4	0	0	223
Jumlah Nilai Skor						1.080

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Pada pertanyaan ($X_{1.1}$) untuk Kualitas bahan yang digunakan Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung merupakan bahan yang berkualitas. Hal ini dikarenakan konsumen membeli produk dikarenakan lebih mengutamakan kualitas yang bagus, terdapat 21 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi Tulungagung kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen.

Pada pertanyaan ($X_{1.2}$) untuk Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki inovasi desain yang modis., terdapat 13 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju dan 8 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi Tulungagung selalu updet dan selalu memberikan inovasi baru dengan mengikuti perkembangan zaman masa kini guna menarik konsumen.

Pada pertanyaan (X_{1.3}) Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki desain unik dan *trendy* yang membedakan dari produk merek lain, terdapat 20 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki desain yang unik dan memiliki desain yang berbeda pada merek lain.

Pada pertanyaan (X_{1.4}) Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung mudah didapatkan dan senantiasa update produk terbaru dan mempublikasikannya, terdapat 17 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju dan 3 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi Tulungagung terbukti selalu updet dalam mempublikasikan produknya.

Pada pertanyaan (X_{1.5}) Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung produk awet meskipun digunakan berjangka panjang, terdapat 27 responden menyatakan sangat setuju, 19 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi Tulungagung bahan yang di pakai tidak mudah kusut/rusak.

Berdasarkan table 4.7 Mengenai kualitas produk dapat diketahui dari responden bahwa total skor tertinggi pada pertannya Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung produk awet meskipun digunakan berjangka panjang (X_{1.5}) dengan total skor 223 sedangkan untuk total skor pertanyaan terendah

yaitu Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki inovasi desain yang modis (X_{1.2}) dengan total skor 205.

2. Variabel Harga Produk (X₂)

Tabel 4.8
Harga Produk (X₂)

Item	Skor Jawaban					Total Skor
	5(SS)	4(S)	3(N)	2(TS)	1(STS)	
X1.1	19	29	2	0	0	217
X1.2	10	31	9	0	0	201
X1.3	23	26	1	0	0	222
X1.4	22	27	1	0	0	221
X1.5	27	19	4	0	0	223
Jumlah Nilai Skor						1.084

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Pada pertanyaan (X_{2.1}) Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung menawarkan harga yang Terjangkau mendorong untuk melakukan pembelian, terdapat 19 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi terbukti bahwa penentuan harga produk yang ditawarkan sesuai dengan budget konsumen.

Pada pertanyaan (X_{2.2}) Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki harga yang lebih murah dari toko lain, terdapat 10 responden menyatakan sangat setuju, 19 responden menyatakan setuju dan 9 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan merek lain.

Pada pertanyaan (X_{2.3}) Harga yang ditawarkan UD. Lancar Abadi Tulungagung sesuai dengan manfaat yang dirasakan., terdapat 23 responden menyatakan sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi harga yang ditawarkan memeberikan perubahan pada penampilan konsumen.

Pada pertanyaan (X_{2.4}) Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas yang tahan lama, terdapat 22 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi diakrnakan harga yang ditawarkan sesuai dengan bahan yang diperjualbelikan.

Pada pertanyaan (X_{2.5}) Harga produk UD Lancar Abadi Tulungagung yang dipublikasikan di Media social sesuai, terdapat 22 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi menunjukan bahwa konsumen memiliki kepercayaan dan menarik minat konsumen utuk membeli barang melalui media sosial.

Berdasarkan table 4.8 Mengenai harga produk dapat diketahui dari 50 responden yang diambil bahwa total skor tertinggi pada pertanyaan Harga produk UD Lancar Abadi Tulungagung yang dipublikasikan di Media social sesuai (X_{1.5}) dengan total skor 223 sedangkan untuk total skor pertanyaan

terendah yaitu Produk UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki harga yang lebih murah dari toko lain (X_{1.2}) dengan total skor 205.

3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.9
Kepuasan Konsumen (Y)

Item	Skor Jawaban					Total Skor
	5(SS)	4(S)	3(N)	2(TS)	1(STS)	
X1.1	23	27	0	0	0	223
X1.2	17	27	6	0	0	211
X1.3	20	26	4	0	0	216
X1.4	23	25	2	0	0	221
X1.5	19	22	9	0	0	210
Jumlah Nilai Skor						1.081

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Pada pertanyaan (Y.1) Produk UD. Lancar Abadi karena sesuai dengan selera dan kebutuhan saya, terdapat 23 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju dan 0 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi membeli produk ini dikarenakan selera dan kebutuhan konsumen.

Pada pertanyaan (Y.2) produk UD Lancar Abadi puas dengan variasi produk yang ditawarkan, terdapat 17 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju dan 6 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam

UD. Lancar Abadi membeli produk ini dikarenakan variasi atau produk yang ditawarkan bermacam - macam.

Pada pertanyaan (Y.3) produk UD. Lancar Abadi Tulungagung karena harganya sesuai dengan model dan kualitas, terdapat 20 responden menyatakan sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi membeli produk ini dikarenakan harga yang terjangkau dengan kualitas yang bagus.

Pada pertanyaan (Y.4) produk UD. Lancar Abadi Tulungagung karena Ukuran Standart produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, terdapat 23 responden menyatakan sangat setuju, 25 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi membeli produk ini dikarenakan ukuran produk bermacam – macam dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada pertanyaan (Y.5) produk UD. Lancar Abadi Tulungagung karena mempunyai berbagai pilihan model yang menarik dan *trendy*, terdapat 19 responden menyatakan sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju dan 9 responden menyatakan netral. Dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa produk pakaian dalam UD. Lancar Abadi konsumen membeli produk ini dikarenakan memiliki model yang dapat menarik minat konsumen untuk membelinya.

Berdasarkan table 4.9 Mengenai kepuasan konsumen dapat diketahui

dari 50 responden yang diambil sampel, bahwa total skor tertinggi pada pertanyaan Saya membeli Produk UD. Lancar Abadi karena sesuai dengan selera dan kebutuhan saya. (Y.1) dengan total skor 223 sedangkan untuk total skor pertanyaan terendah yaitu Saya memilih produk UD. Lancar Abadi Tulungagung karena mempunyai berbagai pilihan model yang menarik dan *trendy* (Y.5) dengan total skor 210.

B. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah digunakan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu factor. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan program SPSS Versi 25.0 (*Statistical Package For Social Sciences*). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini 50 responden. Dari 50 responden ini dapat diketahui bahwa r_{table} adalah 0,278 ($df = n - 2$ Jadi $50 - 2 = 48$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi pertanyaan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada Uji Validitas lebih besar dari 0,278. Berikut ini adalah hasil dari Uji Validitas dari masing – masing variable.

Tabel 4.10

Hasil Validitas Variable Kualitas Produk (X1)

No. Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	R_{tabel} (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	0,573	0,278	Valid

2	0,363	0,278	Valid
3	0,591	0,278	Valid
4	0,501	0,278	Valid
5	0,349	0,278	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variable Kualitas Produk (X1) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.11

Hasil Validitas Variable Harga Produk (X2)

No. Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	R_{tabel} (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	0,618	0,278	Valid
2	0,516	0,278	Valid
3	0,517	0,278	Valid
4	0,540	0,278	Valid
5	0,425	0,278	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variable Harga Produk (X2) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.12

Hasil Validitas Variable Kepuasan Konsumen (Y)

No. Pertanyaan	Pearson Correlation	R _{tabel} (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	0,376	0,278	Valid
2	0,533	0,278	Valid
3	0,390	0,278	Valid
4	0,454	0,278	Valid
5	0,595	0,278	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variable Kepuasan Konsumen (Y) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.

Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrument dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* dimana:

Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.

Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.

Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.

Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.

Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 4.13

Hasil Uji Relibilitas Variable Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

,709	5
------	---

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.13, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,709. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel tersebut adalah reliabel.

Tabel 4.14
Hasil Uji Relibilitas Variable Harga Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
,753	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.14, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Harga Produk sebesar 0,753. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel tersebut adalah reliabel.

Tabel 4.15
Hasil Uji Relibilitas Variable Kepuasan Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.15, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,710. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel tersebut adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik
 - a. Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah Uji *One-Sample Kolmogorof-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas jika nilai Sign. $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sign. $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Hasil dari Uji Normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,85870903
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,097
	Negative	-,074
Test Statistic		,097
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan table 4.16 bahwa sig (2 tailed) variable sebesar 0,200 dan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusikan secara normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF kurang dari 10 (<10) dan nilai tolerance lebih dari 0,1 (>0,1) maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil dari uji multikolinieritas yaitu:

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,243	1,403		,173	,863		
	Kualitas Produk	,392	,105	,375	3,745	,000	,351	2,845
	Harga Produk	,596	,102	,584	5,823	,000	,351	2,845

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

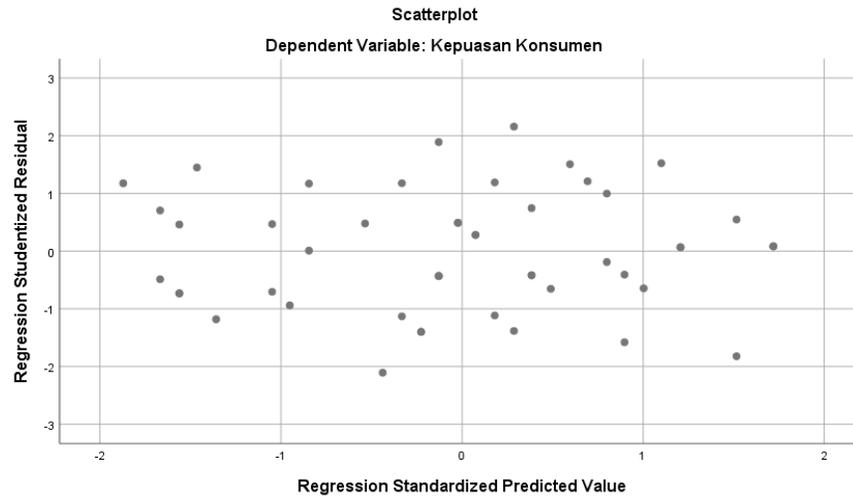
Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas sebagaimana ditunjukkan tabel 4.17 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Harga Produk (X2) adalah sebesar 2,845. Kesimpulannya, tidak terjadi multikolinieritas pada masing-masing variabel karena nilai VIF tidak lebih dari 10.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan varians. Tidak ada heteroskedastisitas jika penyebaran titik- titik tidak berpola, titik- titik menyebar diatas dan dibawah disekitar angka nol, titik- titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Penelitian ini menggunakan Scatterplot hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil Uji Heterokedastisitas sebagaimana ditunjukkan tabel 4.18 diatas yaitu grafik scatterplot, dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu, titik- titik menyebar diatas dan dibawah disekitar angka nol, titik- titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu berdasarkan uji glejser menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized	t	Sig.

				Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,459	,772		1,889	,065
	Kualitas Produk	-,055	,058	-,230	-,950	,347
	Harga Produk	,020	,056	,085	,350	,728
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil uji glejser pada gambar 4.19 dapat dilihat bahwa nilai sig kedua variabel di atas lebih kecil 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat. dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.20

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,243	1,403		,173	,863
	Kualitas Produk	,392	,105	,375	3,745	,000
	Harga Produk	,596	,102	,584	5,823	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 di atas dapat dibuat model persamaan linier,

sebagai berikut

Persamaan yang digunakan adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\text{Kepuasan Konsumen (Y)} = 0,243 + 0,392(X_1) + 0,596(X_2)$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,243 artinya saat variabel independen dalam keadaan tetap (konstan) maka nilai rata-rata kepuasan konsumen sebesar 0,243.
- b. Koefisien regresi kualitas Produk (X_1) sebesar 0,392 hal ini menyatakan bahwa saat variabel (X_1) jika terdapat jika 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,392 satu satuan. Sebaliknya jika Kualitas Produk (X_1) turun sebesar 1, maka kepuasan konsumen pada produk UD. Lancar Abadi Tulungagung juga diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,392 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Koefisien regresi harga Produk (X_2) sebesar 0,596 hal ini menyatakan bahwa saat variabel (X_2) jika terdapat 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,596 satu satuan. Sebaliknya jika Harga Produk (X_2) turun sebesar 1, maka kepuasan konsumen pada produk UD. Lancar Abadi Tulungagung juga diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,596 dengan asumsi variabel lain tetap.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen,

dimana jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan, atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. Lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil Uji T sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,243	1,403		,173	,863
	Kualitas Produk	,392	,105	,375	3,745	,000
	Harga Produk	,596	,102	,584	5,823	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

1. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial yang terdapat pada tabel 4.21 menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel Kualitas Produk (X1) yaitu sebesar 0,000. Berdasarkan analisis regresi secara parsial yang di dapatkan t hitung > t table yaitu $3.745 > 2.056$ dan sign $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang

signifikan antara Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial yang terdapat pada tabel 4.21 menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel Harga Produk (X2) yaitu sebesar 0,000. Berdasarkan analisis regresi secara parsial yang di dapatkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.823 > 2.056$ dan $sign\ 0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

b. Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama).

Adapun dasar keputusannya sebagai berikut :

- 1) H_0 diterima H_1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$

Dengan probabilitas sebagai berikut :

- 1) Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,648	2	90,824	118,144	,000 ^b
	Residual	36,132	47	,769		
	Total	217,780	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap kepuasan konsumen di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap kepuasan konsumen di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

Nilai F_{tabel} didapat dari perhitungan :

$df_1 = k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 2 (berarti kolom ke 2)

$df_2 = n - k = 50 - 2 - 1 = 47$ (berarti baris ke 47)

Berdasarkan tabel 4.22 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu

$118,144 > 2,81$ dan nilai sig. Yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga Produk terhadap Kepuasan konsumen di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengukur berapa tingkat pengaruh variabel bebas ke terikat dapat menggunakan uji statistik SPSS pada tabel *Model Summary* yaitu pada nilai *Adjusted R²*. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Koefisien Determiani (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,913 ^a	,834	,827	,877

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.23 diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,827 artinya 82,7% variabel dependen (Kepuasan konsumen) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk dan Harga produk. Sedangkan sisanya sebesar 17,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.