

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil PT. Menara Kamila Tour and travel

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan penelitian terhadap PT Menara Kamilah Tour and Travel. PT Menara Kamilah merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang Biro Perjalanan Wisata, produk jasa yang di berikan oleh PT Menara Kamilah yaitu produk paket umroh yang menyediakan berbagai macam fasilitas seperti transportasi, tiket penerbangan, hotel, restaurant, tour guide dan tour leader bersertifikat, dan objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Produk paket umroh mempunyai pilihan paket yang berbeda dan pelayanan yang luar biasa.

Menara Kamilah didirikan di Tulungagung tepatnya pada tanggal 4 juni 2015. Dengan pengalaman pemilik perusahaan dalam menangani jamaah umroh dan juga didukung oleh staff umroh serta perwakilan di Saudi Arabia yang cukup berpengalaman merupakan kunci utama dalam perjalanan umroh konsumen dalam PT Menara Kamilah. Dengan berbagai pertimbangan dan penguat argumen maka berdirilah PT Menara Kamilah Tour and Travel. Lokasi perusahaan ini terletak di Jl. A

Yani Timur GG. V No.5 Kampungdalem Tulungagung 66212.

Visi dan Misi PT Menara Kamilah Tour and Travel adalah

a. Visi

a) Sebagai sarana mewujudkan niat untuk beribadah ke tanah suci Makkah-Madinah dengan khusyu', nyaman dan amanah

b) Melayani menuju kemabruran

b. Misi

Mewujudkan program-program Menara Kamilah sebagai sarana Da'wah Islamiyah dalam mengajak umat islam melaksanakan kewajiban rukun islam yang ke lima

1) Personalia dan hubungan karyawan

PT Menara Kamilah Tour and Travel menetapkan jam kerja mulai dari jam 08.00 sampai jam 16.30 setiap hari senin sampai hari sabtu. Adapun stuktur organisasi dalam PT. Menara Kamilah Tour and Travel adalah sebagai berikut:

Komisaris	: Shofi Ruhani Umi Ghurroh
Direktur Utama	: Mukhid
Direktur	: Nonik Chudaifah Aini Qoriroh
MANAGER	: Dzulhaq Reza Syahrinni'am
Divisi Operasional	: Zainul Arif
Divisi Ticketing	: Zahwa Putri Mutiara
Divisi Accounting	: Rosita Apriliyarani

Divisi Dokumen : Mohammad Hasan Amiruddin

Divisi Perlengkapan : Sri Utami

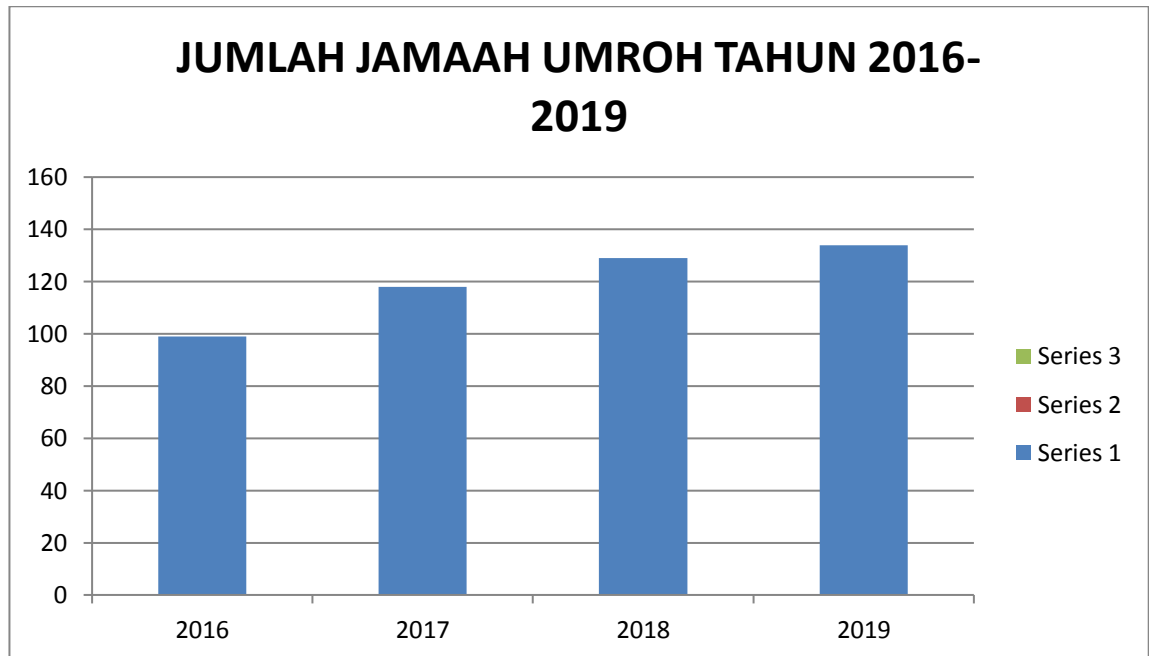
Divisi Kasir : Yuda

Divisi Marketing : Via Khusnia

Dari struktur kepengurusan diatas karyawan mendapatkan tugas nya sesuai dengan divisi masing masing, adapun tugasnya adalah div keuangan mengurus alur kas masuk yang berada di PT Menara Kamilah Tour and Travel, div operasional mengatur keperluan peralatan jamaah umroh yang akan berangkat, div ticketing menyiapkan tiket dan juga visa dari jamaah umroh yang akan berangkat ke tanah suci makkah.

Sebelum berangkat umroh jamaah PT Menara Kamilah Tour and Travel melaksanakan manasik sebanyak 2 kali, untuk pendaftaran umroh di PT Menara Kamilah Tour and Travel bisa langsung menuju kantor Tulungagung maupun kantor yang berada di daerah lain. Alur keberangkatan jamaah umroh Menara Kamilah Tulungagung yaitu berkumpul di kantor lalu berangkat ke bandara. Untuk wilayah Menara Kamilah lain titik kumpul langsung berkumpul di bandara setelah jamaah telah berkumpul di bandara akan dilakukan briefing bersama untuk teknis keberangkatan sampai tiba di Saudi.

Tabel 4.1
Data jumlah jamaah umroh PT Menara Kamilah Tour and Travel
Tulungagung



Sumber: Kantor PT. Menara Kamilah Taun 2019

PT Menara Kamilah memiliki sebuah target yang mana setiap tahun proyeksi penjualan paket umroh yang ditawarkan selalu mengalami peningkatan. Sebagaimana data yang tertera pada diagram jamaah umroh diatas dari tahun 2016 sampi dengan tahun 2019 setiap tahun nya mengalami peningkatan secara signifikan.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik dalam penelitian ini di bagi menjadi 3 karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut.

1). Jenis kelamin respondent

Adapun data dari jenis kelamin responden atau konsumen PT.

Menara Kamilah Tour and Travel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasase
1	Laki –Laki	31	45,6%
2	Perempuan	26	54,4%
	Jumlah	57	100%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.2 menunjukkan mayoritas konsumen di PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung berjenis kelamin laki laki yaitu sebanyak 45,6% untuk responden yang berjenis kelamin perempuan adalah 54,4% jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen terbanyak di PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung adalah laki laki

2). Usia responden

Dari 57 sampel penelitian ini dapat di kelompokkan dari jenis usia sebagai berikut:

Tabel 4.3
Usia Responden

No	Kategori Usia	Jumlah	Presentase
1	< 30 Tahun	48	84,2%
2	20 – 30 Tahun	9	15,8%
	Jumlah	57	100%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa umur konsumen PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung adalah 84,2% lebih dari 30 tahun, 15,8% 20 – 30 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen PT.

Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagug usia terbanyak adalah lebih dari 30 tahun

3). Pekerjaan Responden

Berikut merupakan jenis jenis pekerjaan dari responden yang telah ikut berpartisipasi dalam penilaian pengisian kuisisioner PT. Menara Kamilah Tour and Travel

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Kategori Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pengusaha	6	10,7%
2	PNS	7	12,5%
3	Petani	4	7,1%
4	Wiraswasta	26	44,6%
5	Lainnya	14	25%
	Jumlah	57	100%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden sebesar 57 orang dengan rata rata pekerjaan konsumen di PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagug adalah 44,6% wiraswasta, 7,1% petani, 12,5% PNS, 10,7% pengusaha dan 25% lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen terbanyak di PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung adalah wiraswasta.

C. Deskripsi Variabel

Dari kuisisioner yang telah disebarkan kepada responden PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagug yang terdiri dari 38 spernyataan yang dibagi menjadi 3 kategori adalah sebagai berikut:

- 1) 19 pernyataan digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X1)
- 2) 9 pernyataan digunakan untuk mengetahui pemilihan fasilitas pelayanan yang diberikan PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung yang diukur dari variabel fasilitas (X2)
- 3) 9 pernyataan untuk mengetahui pemilihan kepuasan konsumen yang ada di PT. Menara Kamilah Tour and Travel Tulungagung yang diukur dari variabel kepuasan konsumen (Y)

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden yang telah terkumpul melalui penyebaran kuisioner dipaparkan pada tabel tabel sebagai berikut

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.5
Kualitas Pelayanan

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	0,3 %
2	Tidak Setuju	2	2	0,2 %
3	Ragu Ragu	3	35	3,1%
4	Setuju	4	670	59,9%
5	Sangat Setuju	5	408	36,5%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dari responden yang berjumlah 57 orang nilai tertinggi menyatakan setuju sebanyak 670 atau 59,9%. Sedangkan nilai terendah menyatakan sangat tidak setuju yang memiliki jumlah 4 atau 0,3%. Sedangkan untuk pernyataan sangat setuju 36,5%, ragu ragu 3,1%, tidak setuju 0,2%. Dari jawaban

diatas responden memilih jawaban setuju jadi responden menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT. Menara Kamilah Tour and Travel di Tulungagung sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Variabel Fasilitas

Tabel 4.6

Fasilitas

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0
2	Tidak Setuju	2	0	0
3	Ragu Ragu	3	21	4,1%
4	Setuju	4	339	66,2%
5	Sangat Setuju	5	152	29,7%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan pada tabel 4.6 dari hasil penyebaran angket atau kuisioner di lapangan oleh peneliti diketahui bahwa responden yang berjumlah 57 orang nilai tertinggi yang muncul dalam pernyataan adalah setuju sebanyak 339 atau 66,2%, nilai presentase terendah di peroleh dari pernyataan ragu ragu yaitu 21 atau 4,1%, sedangkan sangat setuju berjumlah 152 atau 29,7%. Dari jawaban di atas responden memilih jawaban setuju merupakan pernyataan paling tinggi. Jadi responden menganggap bahwa fasilitas yang diberikan PT. Menara Kamilah Tour and Travel di Tulungagung sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen.

3. Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4.7
Kepuasan Konsumen

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0
2	Tidak Setuju	2	1	0,2%
3	Ragu Ragu	3	8	1,6%
4	Setuju	4	307	62,7%
5	Sangat Setuju	5	174	35,5%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan penelitian yang telah disebar peneliti di lapangan dengan menggunakan kuisioner dengan jumlah responden 57 responden nilai tertinggi yang muncul adalah pernyataan setuju yang berjumlah 307 atau 62,7%. Nilai presentase terendah terdapat dalam pernyataan tidak setuju yang berjumlah 1 atau 0,2%, dalam hasil penelitian ini responden yang memilih ragu ragu berjumlah 8 atau 1,6% dan yang memilih sangat setuju 174 atau 35,5%. Dari jawaban di atas responden memilih jawaban setuju merupakan pernyataan paling tinggi. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban setuju hal ini berarti responden merasa puas atas kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan PT. Menara Kamilah Tour and Travel di Tulungagung sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen.

D. Uji Keabsahan Data

1. Uji validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur koefisien korelasi antara skor satu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total

pada variabelnya.⁵⁴ Untuk menentukan suatu item layak atau tidak di gunakan yaitu dengan menggunakan atau melakukan uji validitas dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} Dimana r_{tabel} di peroleh dari $df = n - 2$ dengan nilai signifikan sebesar 10% .
 . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa data tersebut valid.pada penelitian ini responden yang di teliti berjumlah 57 orang dengan begitu $df = 57 - 2 = 55$ dengan nilai signifikan 10%.
 Berikut merupakan hasil pengujian dari masing masing pertanyaan.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. item	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	X1.1	0,524	0,2201	Valid
	X1.2	0,633	0,2201	Valid
	X1.3	0,552	0,2201	Valid
	X1.4	0,441	0,2201	Valid
	X1.5	0,623	0,2201	Valid
	X1.6	0,786	0,2201	Valid
	X1.7	0,565	0,2201	Valid
	X1.8	0,695	0,2201	Valid
	X1.9	0,669	0,2201	Valid
	X1.10	0,756	0,2201	Valid
	X1.11	0,764	0,2201	Valid
	X1.12	0,820	0,2201	Valid
	X1.13	0,634	0,2201	Valid
	X1.14	0,785	0,2201	Valid
	X1.15	0,711	0,2201	Valid
	X1.16	0,663	0,2201	Valid
	X1.17	0,790	0,2201	Valid
	X1.18	0,727	0,2201	Valid
	X1.19	0,553	0,2201	Valid
Fasilitas (x2)	X2.1	0,760	0,2201	Valid
	X2.2	0,817	0,2201	Valid
	X2.3	0,796	0,2201	Valid
	X2.4	0,780	0,2201	Valid
	X2.5	0,715	0,2201	Valid
	X2.6	0,801	0,2201	Valid

⁵⁴Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuisisioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta:Gramedia,2019), h. 58

	X2.7	0,780	0,2201	Valid
	X2.8	0,681	0,2201	Valid
	X2.9	0,651	0,2201	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,792	0,2201	Valid
	Y.2	0,759	0,2201	Valid
	Y.3	0,805	0,2201	Valid
	Y.4	0,806	0,2201	Valid
	Y.5	0,764	0,2201	Valid
	Y.6	0,736	0,2201	Valid
	Y.7	0,690	0,2201	Valid
	Y.8	0,604	0,2201	Valid
	Y.9	0,593	0,2201	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) fasilitas (X2) dan kepuasan konsumen (Y) adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk melihat data sudah reliabel adalah dengan metode *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran memberikan hasil yang konsisten. koefisien. *Cronbach Alpha* yang digunakan dalam penelitian ini adalah α sebesar 0,60. Jika nilai $\alpha > 0,60$ data dapat dikatakan reliabel dan jika data $\alpha < 0,60$ maka data dapat dikatakan tidak reliabel⁵⁵

⁵⁵Ovan dan Andika Saputra, *Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia 2020), h. 4

Tabel 4.9**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	20

Sumber: Data di olah SPSS 21

Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	10

Sumber: Data di olah SPSS 21

Hasil Uji Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	10

Sumber: Data di olah SPSS 21

Dari data diatas menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* dari semua variabel menghasilkan nilai yang lebih besar dari 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan uji untuk menukur apakah data yang di dapatkan memiliki distribusi normal atau tidak normal⁵⁶. Penelitian ini menggunakan metode *kolmogrov smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal ketika taraf signifikan dari hasil pengolahan data lebih besar dari 0,1 ($\text{sig} > 0,1$) data dikatakan tidak berdistribusi normal ketika taraf signifikan dari hasil pengolahan data lebih kecil dari 0,1 ($\text{sig} < 0,1$)

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,08988133
	Absolute	,125
Most Extreme Differences	Positive	,125
	Negative	-,081
Kolmogorov-Smirnov Z		,942
Asymp. Sig. (2-tailed)		,337

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah SPSS 21

Dari hasil uji normalitas di atas menunjukkan nilai Sig sebesar 0,337. Dari pengolahan di atas dapat diketahui bahwa $\text{sig } 0,337 > 0,1$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data yang diolah berdistribusi

⁵⁶Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Mmetode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Depublish, 2020), h. 81

normal, sehingga dapat di gunakan peneliti untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independen⁵⁷. Dengan melihat nilai FIV (Variance Inflation Factor) kita dapat mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas. Model regresi yang baik yaitu nilai perhitungan menghasilkan nilai $FIV < 10$ dan bila menghasilkan nilai $FIV > 10$ itu pertanda sudah terjadi multikolinearitas yang serius.⁵⁸

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,775	3,369	2,605	,012		
	Kualitas Pelayanan	,087	,077	,178	,263	,279	3,580
	Fasilitas	,614	,152	,634	,000	,279	3,580

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data di olah SPSS 21

⁵⁷Ce Gunawan, Mahir Menguasai SPSS,(Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2012), h. 119

⁵⁸Andi Muhammad Irfan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Dberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.9 No 2 (Desember 2018), h.86

Tabel 4.11 diatas menunjukkan nilai *Tolerance* dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) tidak kurang dari 0,10 serta hasil dari VIF Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) tidak lebih dari 10. Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa variabel variabel dari penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model regresi homokedastisitas.⁵⁹ untuk menentukan suatu variabel terkena heteroskedastisitas atau tidak dapat kita lihat berdasarkan nilai signifikannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua uji yakni uji gletjer dan uji scatterplot. Metode uji glejter, dimana apabila nilai $\text{sig} > 0,1$ maka tidak terdapat heterokedasitas jika nilai $\text{sig} < 0,1$ maka terdapat heterokedasitas.

⁵⁹Ibid. h. 86

Tabel 4.12
Hasil Uji Gletjer

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,809	2,036		1,380	,173
1 Kualitas Pelayanan	-,029	,047	-,162	-,631	,531
Fasilitas	,032	,092	,089	,349	,729

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah SPSS 21

Dari data diatas menunjukkan bahwa nilai sig dari kualitas pelayanan adalah 0,531, nilai sig dari fasilitas adalah 0,729. Kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai sig > 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedasitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya,. Untuk mendeteksi adanya auto korelasi atau tidak dapat dilakukan dengan pengujian terhadap nilai Durbin-Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

- 4) Angka D-W dibawah -2 artinya ada auto korelasi positif

- 5) Angka D-W diantara -2 dan +2 artinya tidak ada autokorelasi
- 6) Angka D-W diatas +2 artonya ada autokorelasi negative.

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,791 ^a	,626	,612	2,128	1,678

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan data diatas bahwa hasil dari durbin-waston yakni 1,678. Hasil penguji durbin-waston terletak di antara -2 dan 2 artinya $-2 < 1,678 < 2$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini digunakan untuk dilihat dari pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana yang memiliki arti sama sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data masa lalu

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,775	3,369		2,605	,012
Kualitas Pelayanan (X1)	,087	,077	,178	1,131	,263
Fasilitas (X2)	,614	,152	,634	4,024	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan hasil uji regresi di atas terdapat persamaan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = 8,775 + 0,087X_1 + 0,614X_2$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) konstanta sebesar 8,775 menunjukkan bahwa jika nilai kualitas pelayanan dan fasilitas dalam keadaan konstan (tetap) maka jumlah kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 8,775
- b) koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 0,087 hal ini menunjukkan bahwa ketika fasilitas mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan menerima sebesar 0,087. Koefisiwn regresi bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kulalitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

- c) koefisien regresi pada variabel fasilitas (X2) adalah 0,614. Hal ini menunjukkan bahwa ketika fasilitas mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan meingkat sebesar 0,614. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kulalitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

5. Uji hipotesis

a) Uji T

Uji T merupakan alat uji statistik digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel apabila data tersebut berada pada skala interval atau rasio. Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)⁶⁰

Nilai t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ dengan taraf signifikan sebesar 10% dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Maka $t_{tabel} = 57 - 2 - 1 = 54$, maka perhitungan dari t_{tabel} diperoleh sebesar 1.67356.

⁶⁰Santy Setiawan dkk, *STATISTIKA*, (yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), h.66

Tabel 4.16**Hasil Uji T**

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,775	3,369		2,605	,012
1 Kualitas Pelayanan (X1)	,087	,077	,178	1,131	,263
Fasilitas (X2)	,614	,152	,634	4,024	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas 4.16 dapat kita uraikan sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 1,131, nilai t_{tabel} adalah 1.67356 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas (X2) sebesar 4,024, nilai t_{tabel} adalah 1.67356 dengan tingkat signifikan 0,000 $< 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Uji F

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara bersama sama atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat signifikan atau non signifikan

Untuk mengetahui besarnya nilai yang diperoleh dengan ketentuan pengujian sebagai berikut:

H_0 = menunjukkan variabel independen (X) secara bersama sama berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y)

H_1 = menunjukkan variabel independen (X) berpengaruh positif dan signifikan secara bersama sama terhadap variabel (Y)

Besarnya nilai dikatakan signifikan apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $sign < \alpha$, hal ini berarti H_0 ditolak H_1 diterima maka variabel independen berpengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama terhadap variabel dependen, dan sebaliknya apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $sign > \alpha$ ini berarti H_0 diterima H_1 ditolak maka terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan secara bersama sama terhadap variabel dependen.⁶¹

⁶¹Surajiyo, nasruddin, dan herman paleni, *penelitian sumber daya manusia, pengertian teori dan aplikasi, (menggunakan IBM SPSS 22 for windows)* (Yogyakarta: Depublish,2020), h. 78

Tabel 4.17**Hasil Uji F**

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	408,677	2	204,339	45,114	,000 ^b
Residual	244,586	54	4,529		
Total	653,263	56			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah SPSS 21

Pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$, yaitu $45,114 > 2,80$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,1$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan juga signifikan dari variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (x2) secara bersama sama terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari uji koefisien determinasi

Tabel 4.18
Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,791 ^a	,626	,612	2,12823

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

5

Sumber: Data diolah SPSS 21

Pada tabel diatas diketahui bahwa koefisien determinasi dari *model summary* besarnya nilai korelasi R adalah 0,791 dan koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,626. Artinya kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) sebesar 62,6% sedangkan sisanya 37,4% dapat dijelaskan oleh faktor faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.