

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Peneliti

1. Profil Perusahaan

Perusahaan kecap manis Salam Food merupakan salah satu produk lokal yang berada di Kabupaten Blitar, tepatnya di Desa Santrean RT 01 RW 08, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar. Lokasi tersebut merupakan lokasi usaha dimana kecap manis Salam Food melakukan aktivitas mulai dari produksi, pengemasan, distribusi hingga pemasaran.

Perusahaan kecap manis Salam Food didirikan oleh Bapak Samsul beserta istrinya yaitu Ibu Pipah sejak tahun 2010. Usaha ini pada awalnya merupakan ide dari sang istri yang menginginkan suaminya untuk pulang dari merantau. Setiap hari Ibu Pipah mencoba membuat kecap manis dengan sedikit bekal ilmu yang diberikan oleh pamannya. Setelah berjalan 5 tahun pertama, pada akhirnya Ibu Pipah menemukan resepnya sendiri dan bertahan hingga sekarang. Bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi kecap manis terdiri atas kedelai, gula kelapa, dan rempah-rempah.

Pendistribusian produk kecap manis Salam Food masih pada beberapa kecamatan yang berada di Kabupaten Blitar. Distribusi dilakukan langsung ke tangan pembeli atau pengecer. Kebanyakan konsumen kecap

manis Salam Food merupakan pengecer dan warung makan. Produk kecap manis Salam Food memproduksi 2 kemasan yaitu kemasan botol plastik dan kemasan plastik kiloan. Varian kemasan botol yang pertama yaitu kemasan botol kecil, kedua kemasan botol sedang, dan ketiga kemasan botol besar. Sedangkan untuk kemasan plastik kiloan digunakan untuk pembelian pesanan. Untuk kemasan botol plastik kecil dengan harga Rp. 5.500,- per botol, sedangkan untuk kemasan botol plastik tanggung Rp. 11.000,- per botol, dan yang botol plastik besar dengan harga Rp. 18.000,- per botol.

2. Misi dan Tujuan Perusahaan

a. Misi perusahaan

Misi merupakan pernyataan yang digunakan untuk mewujudkan suatu visi yang telah dibuat. Misi perusahaan diantaranya:

- 1) Memberikan pelayanan dan produk yang terbaik untuk konsumen
- 2) Meningkatkan suatu perekonomian dan mengurangi pengangguran yang terjadi disekitar perusahaan.

b. Tujuan perusahaan

Tujuan merupakan penjelasan dari visi misi yang telah dibuat dengan tujuan mencapainya di masa yang akan datang. Tujuan perusahaan diantaranya:

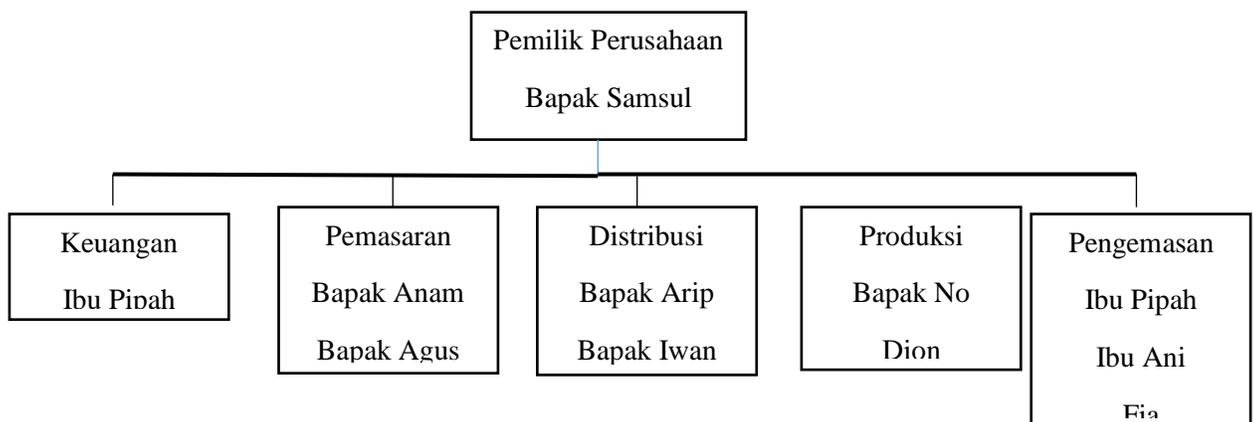
- 1) Menambah pendapatan perusahaan
- 2) Memperkokoh perusahaan dalam persaingan dengan produk sejenis
- 3) Memberikan kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu alat yang digunakan pemimpin untuk mengorganisasikan tenaga kerja yang ada dengan tujuan untuk mengetahui dan mendistribusikan tanggung jawab dan wewenang personil perusahaan.

Tabel 4.1

Struktur Organisasi



B. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen kecap manis Salam Food yang berdomisili di Kecamatan Kesamben. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampling purposive. Sampling purposive merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan cara mempertimbangkan hal-hal tertentu. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden sebagai berikut:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Adapun data mengenai jenis kelamin responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Wanita	20	66,5%
Pria	10	33.5%
Total	30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diperhatikan bahwa jenis kelamin responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan atau membeli adalah perempuan yaitu sebanyak 20 orang atau 66,5% sedangkan sisanya adalah laki-laki yaitu sebanyak 10 orang atau 33,5%. Dapat disimpulkan sebagian besar kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar adalah perempuan.

2. Responden Berdasarkan Umur

Klasifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan atas umur. Berikut merupakan data responden berdasarkan umur.

Tabel 4.3

Umur Responden

No	Umur Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	21 – 30 tahun	18	60,5%
2	31-40 tahun	8	26%
3	41-50 tahun	4	13,5%
	Jumlah	30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diperhatikan bahwa umur responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar, disimpulkan responden berumur 21-30 tahun sebanyak 18 orang atau 60,5% dan umur

31-40 tahun sebanyak 8 orang atau 26%, sedangkan sisanya antara 41-50 tahun sebanyak 4 orang atau 13,5%. Dalam hal ini, maka sebagian besar kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar berumur 21-30 tahun.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan

Klasifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan tingkat pendidikan. Berikut merupakan data responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 4.4
Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1	SD	5	16%
2	SMP	10	33,5%
3	SMA	12	40%
4	Tidak Sekolah	3	10,5%
	Jumlah	30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diperhatikan bahwa pendidikan responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar yang terbanyak adalah kepuasan konsumen kecap manis pendidikan SMA sebanyak 12 orang atau 40% dan 5 orang atau 16% berpendidikan SD dan 10 orang atau 33,5% berpendidikan SMP sedangkan sisanya adalah responden

tidak sekolah sebanyak 3 orang atau 10,5%. Hal ini menunjukkan sebagian besar kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar berpendidikan SMA.

4. Responden Berdasarkan Pendapatan

Klasifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan pendapatan. Berikut merupakan data mengenai pendapatan responden.

Tabel 4.5
Tingkat Pendapatan Responden

No	Tingkat Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
1	0-500.000	10	33,5%
2	500.000-1.000.000	12	40%
3	1.000.000-3.000.000	5	16%
4	>3.000.000	3	10,5%
	Jumlah	30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diperhatikan bahwa tingkat pendapatan responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar yang terbanyak adalah kepuasan konsumen kecap manis dengan tingkat pendapatan 500.000-1.000.000 sebanyak 12 orang atau 40%, tingkat pendapatan 0-500.000 sebanyak 10 orang atau 33%, dan tingkat pendapatan 1.000.000-3.000.000 sebanyak 5 orang atau 16% serta tingkat pendapatan >3.000.000 sebanyak 3 orang atau 10%. Dalam hal ini, maka

dapat disimpulkan kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar dengan tingkat pendapatan 500.000-1.000.000.

5. Responden Berdasarkan Konsumsi Kecap Manis

Klasifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan konsumsi kecap manis. Berikut merupakan data responden mengenai konsumsi kecap manis.

Tabel 4.6
Konsumsi Kecap Manis

No	Konsumsi Kecap Manis	Jumlah	Presentase (%)
1	Salam Food	30	100%
2	Sedaap	-	-
3	Bangau	-	-
4	Indofood	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diperhatikan konsumsi kecap manis responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar yang terbanyak adalah konsumsi kecap manis Salam Food dengan jumlah 30 orang atau 100%. Dalam hal ini, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen puas dengan kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

6. Responden Berdasarkan Konsumsi Kecap Manis dalam Sebulan

Klasifikasi berikutnya ialah responden berdasarkan konsumsi kecap manis dalam sebulan. Berikut merupakan data responden konsumsi kecap manis dalam sebulan.

Tabel 4.7

Konsumsi Kecap Manis dalam Sebulan

No	Konsumsi Kecap Manis dalam Sebulan	Jumlah	Presentase (%)
1	1-2	10	37%
2	3-4	15	43%
3	5-6	5	20%
4	>6	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diperhatikan bahwa konsumsi kecap manis dalam sebulan responden kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar yang terbanyak adalah konsumsi kecap manis Salam Food yaitu 3-4 kali sebanyak 15 orang atau 39%, dan 1-2 kali sebanyak 10 orang 33%, serta 5-6 kali sebanyak 5 orang atau 16%. Dalam hal ini, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen dalam sebulan mengkonsumsi sebanyak 3-4 kali kecap manis Salam Food.

C. Deskripsi Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu penetapan harga, cita rasa dan mutu produk dan variabel dependent yaitu kepuasan konsumen. Data penelitian ini diperoleh dari responden dengan mengisi kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti. Kuesioner yang disebar sebanyak 30 responden yang terdiri dari beberapa pernyataan dan diukur menggunakan skala likert. Kuesioner yang telah disebar oleh peneliti terdiri dari 20 pertanyaan dan dibagi menjadi 4 variabel, yaitu:

Tabel 4.8

Penetapan Harga (X1)

No	Keterangan	Nilai	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	11	41%
2	Setuju	4	14	39%
3	Kurang setuju	3	5	20%
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, disimpulkan dari 30 responden yang ditemui di lapangan, data yang didapatkan peneliti pada variabel penetapan harga yaitu responden yang memilih sangat setuju terdapat 11 orang, setuju terdapat 14 orang, kurang setuju terdapat 5 orang, tidak setuju dan sangat

tidak setuju terdapat 0. Hal ini berarti responden menganggap setuju dengan penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

Tabel 4.9
Cita Rasa (X2)

No	Keterangan	Nilai	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	11	41%
2	Setuju	4	15	43%
3	Kurang setuju	3	4	16%
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, disimpulkan dari 30 responden yang ditemui dilapangan, data yang didapatkan peneliti pada variabel cita rasa yaitu responden yang memilih sangat setuju terdapat 11 orang, setuju terdapat 15 orang, kurang setuju terdapat 4 orang, tidak setuju dan sangat tidak setuju terdapat 0. Hal ini berarti responden menganggap setuju dengan cita rasa dari kecap manis Salam Food di kabupaten Blitar.

Tabel 4.10
Mutu Produk (X3)

No	Keterangan	Nilai	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	11	41%
2	Setuju	4	16	47%
3	Kurang setuju	3	3	12%
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, disimpulkan dari 30 responden yang ditemui dilapangan, data yang didapatkan peneliti pada variabel cita rasa yaitu responden yang memilih sangat setuju terdapat 11 orang, setuju terdapat 16 orang, kurang setuju terdapat 3 orang, tidak setuju dan sangat tidak setuju terdapat 0. Hal ini berarti responden menganggap setuju dengan mutu produk dari kecap manis Salam Food di kabupaten Blitar.

Tabel 4.11
Kepuasan Konsumen (Y)

No	Keterangan	Nilai	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	5	12	45%
2	Setuju	4	15	43%
3	Kurang Setuju	3	3	12%
4	Tidak Setuju	2	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Jumlah			30	100%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, disimpulkan dari 30 responden yang ditemui dilapangan, data yang didapatkan peneliti pada variabel mutu produk yaitu responden yang memilih sangat setuju terdapat 12 orang, setuju terdapat 15 orang, kurang setuju 3 orang, tidak setuju dan sangat tidak setuju terdapat 0. Hal ini berarti responden menganggap setuju dengan kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan dimensi yang menampilkan tingkat kevalidan ataupun kesahihan dari instrument dengan memakai tata cara Pearson's Product Moment Correlation. Uji validitas digunakan buat mengukur valid ataupun tidaknya item-item *statment* pada kuesioner. Jika

r hitung lebih besar dari r tabel serta nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,618	0,361	Valid
X1.2	0,847	0,361	Valid
X1.3	0,661	0,361	Valid
X1.4	0,518	0,361	Valid
X1.5	0,847	0,361	Valid

X2.1	0,728	0,361	Valid
X2.2	0,728	0,361	Valid
X2.3	0,728	0,361	Valid
X2.4	0,786	0,361	Valid
X2.5	0,786	0,361	Valid

X3.1	0,901	0,361	Valid
X3.2	0,886	0,361	Valid
X3.3	0,549	0,361	Valid
X3.4	0,886	0,361	Valid
X3.5	0,901	0,361	Valid

Y.1	0,934	0,361	Valid
Y.2	0,911	0,361	Valid
Y.3	0,934	0,361	Valid
Y.4	0,911	0,361	Valid
Y.5	0,934	0,361	Valid

Sumber: *Data primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item dari variabel penetapan harga, cita rasa dan mutu produk adalah valid karena nilai dari Corrected Item Total Correlation $> 0,361$, maka dalam penelitian ini semua indikator yang digunakan dalam kuesioner memenuhi persyaratan validitas dan dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan sesuatu angka indek pengukuran yang menampilkan hasil konsistensi sesuatu perlengkapan dalam mengukur indikasi yang sama dengan perlengkapan yang sama. Menghitung uji reliabilitas dengan cara koefisien *Cronbach Alpha*.

Pengelompokan skala *cronbach alpha* kedalam lima kelas yang sama diinterpretasikan sebagai berikut, nilai 0,00-0,20 yaitu kurang reliable, nilai 0,21-0,40 yaitu sedikit reliable, nilai 0,41-0,60 yaitu cukup reliable, nilai 0,61-0,80 yaitu reliable, dan nilai 0,81-1,00 yaitu sangat reliable.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (a)	Keterangan
Penetapan Harga (X1)	0,722	Reliabel
Cita Rasa (X2)	0,797	Reliabel
Mutu Produk (X3)	0,869	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,952	Reliabel

Sumber: *Data primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, disimpulkan bahwa nilai *Cronbach alpha* variabel penetapan harga yaitu lebih besar dari 0,41 dimana $0,722 > 0,41$, hal ini menunjukkan bahwa variabel penetapan harga dikatakan reliabel. Nilai *cronbach alpha* variabel cita rasa yaitu lebih besar dari 0,41 dimana $0,797, > 0,41$, hal ini menunjukkan bahwa variabel cita rasa dikatakan reliabel. Nilai *cronbach alpha* variabel mutu produk yaitu lebih besar dari 0,41 dimana $0,869 > 0,41$, hal ini menunjukkan bahwa variabel mutu produk dikatakan reliabel. Nilai *cronbach alpha* variabel kepuasan konsumen yaitu lebih besar dari 0,41 dimana $0,952 > 0,41$, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen dikatakan reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

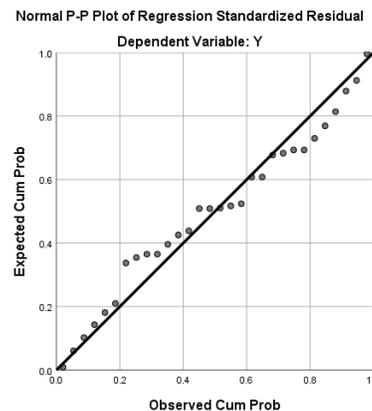
1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan suatu uji guna mengenali apakah dari variabel dependen, independen ataupun keduanya berdistribusi normal

ataupun tidak berdistribusi normal. Maka, dalam hal ini dapat dilihat dengan sebuah grafik hasil dari pengujian. Apabila data yang dihasilkan menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis dari diagonalnya maka, dapat dikatakan regresi tersebut memenuhi asumsi dari normalitas data. Selain itu, uji normalitas data dapat diketahui dengan kolmogorov-smirnov, dengan syarat apabila nilai probabilitas ataupun Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05, dalam hal ini maka, data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel Grafik 4.14

Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik



Sumber: *Data primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dengan menggunakan grafik P-P Plots, dapat dilihat hasil dari pengujian bahwa data tersebut menyebar

disekitar garis diagonal serta mengikuti arah dari garis diagonal tersebut.

Dalam hal ini, maka data hasil pengujian dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.15

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
umber:	N	30
Data	Normal Parameters ^{a,b}	Mean
Primer,		Std. Deviation
diolah	Most Extreme Differences	Absolute
h		Positive
oleh		Negative
SPS	Test Statistic	.128
S 26	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.	

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dapat dilihat dari hasil pengujian didapatkan nilai probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 serta dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Dalam hal ini, maka H₁ diterima berarti data berdistribusi normal dan apabila nilai

dari signifikan $> 0,05$ serta H_0 ditolak berarti data tidak berdistribusi normal dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

Hasil dari pengujian menggunakan One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test didapatkan nilai 0,200, dalam hal ini, maka variabel penetapan harga, cita rasa, mutu produk, dan kepuasan konsumen lebih besar dari pada 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data dalam pengujian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan sebuah uji yang muncul guna menguji apakah model dari regresi yang ditemui terdapat hubungan antar variabel *independent*. Cara yang digunakan untuk mengetahui terdapat multikolonieritas atau tidak, dengan melihat nilai dari *variance inflation factor*, apabila nilai tersebut tidak lebih dari 10, hal ini berarti model dari regresi terbebas dari multikolonieritas, sehingga pengujian dapat dilanjutkan.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.916	1.871		.489	.629		
	X1	-.153	.062	-.110	-2.486	.020	.920	1.087
	X2	.081	.089	.051	.914	.369	.575	1.739
	X3	1.025	.061	.957	16.826	.000	.556	1.800

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, guna mengetahui terjadinya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance*, untuk variabel penetapan harga (X1) sejumlah $0.920 > 0.10$, variabel cita rasa (X2) sejumlah $0.575 > 0.10$, variabel mutu produk (X3) sejumlah $0,556 > 0,10$. Untuk hasil nilai dari VIF pada variabel penetapan harga (X1) sejumlah $1.087 < 10.00$, variabel cita rasa (X2) sejumlah $1.739 < 10.00$, variabel mutu produk (X3) sejumlah $1.800 < 10.00$. Dalam hal ini, maka dapat disimpulkan untuk nilai dari *tolerance* dan VIP dari variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terbebas dari multikolonieritas.

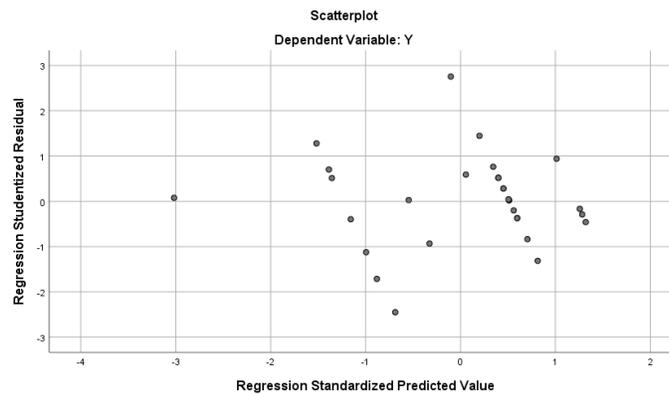
3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan sebuah uji yang dilakukan guna mengetahui ataupun memprediksi terdapat tidaknya

heterokedastisitas pada model regresi dengan sebuah pola gambar yang disebut dengan *Scatterplot*.

Tabel 4.17

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: *Data primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, pola dari *Scatterplot* membuktikan titik-titik tersebut menyebar dengan tidak teratur di daerah angka 0 serta tidak mengumpul pada satu titik. Dalam hal ini, maka disimpulkan tidak adanya heterokedastisitas pada model regresi linier yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Tabel 4.18
Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.453	1.271		1.143	.263		
	X1	-.014	.042	-.066	-.330	.744	.920	1.087
	X2	-.021	.060	-.088	-.346	.732	.575	1.739
	X3	-.017	.041	-.104	-.402	.691	.556	1.800

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: *Data Primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, uji glejser menunjukkan nilai sig dari variabel penetapan harga yaitu $0,744 > 0,05$, variabel cita rasa $0,732 > 0,05$, variabel mutu produk $0,691 > 0,05$, dalam hal ini, maka disimpulkan penelitian tersebut tidak ada masalah heterokedastisitas, dibuktikan dengan nilai dari signifikansi dari variabel penetapan harga, cita rasa dan mutu produk lebih dari 0,05.

F. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu uji guna analisis niali dari variabel independen terhadap variabel dependen. pengelolaan uji tersebut menggunakan *SPSS 26*.

Tabel 4.19
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.916	1.871		.489	.629
	X1	-.153	.062	-.110	-2.486	.020
	X2	.081	.089	.051	.914	.369
	X3	1.025	.061	.957	16.826	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: *Data Primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan Berlandaskan tabel 4.19 diatas, maka diperoleh persamaan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = .916 + -.153 X_1 + .081 X_2 + 1.025 X_3 + e$$

Berlandaskan persamaan tersebut, diperoleh kesimpulan yaitu:

- a. Konstanta sejumlah .916 menunjukkan apabila variabel penetapan harga, cita rasa dan mutu produk intrinsik 0, maka kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar sebesar .916.
- b. Variabel penetapan harga (X₁), mempunyai koefisien negatif sebesar -.153 maka, dapat disimpulkan bahwa untuk penambahan Rp. 1 dari

variabel penetapan harga akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar -.153. Jadi terdapat pengaruh negatif antara penetapan harga dan kepuasan konsumen. Jika penetapan harga rendah maka kepuasan konsumen meningkat.

- c. Variabel cita rasa (X2) mempunyai koefisien positif sebesar .081. Maka, dapat disimpulkan bahwa untuk penambahan satu satuan pada cita rasa akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar .081. Jadi, terdapat pengaruh positif antara cita rasa dan kepuasan konsumen. Jika cita rasa semakin tinggi maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- d. Variabel mutu produk (X3) mempunyai koefisien positif sebesar 1.025. maka, dapat disimpulkan bahwa untuk penambahan satu satuan pada mutu produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 1.025. Jadi, terdapat pengaruh positif antara mutu produk dan kepuasan konsumen. Jika mutu produk semakin tinggi maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

G. Uji Hipotesis

1. Uji -t

Uji -t merupakan suatu uji yang dilakukan guna mengetahui signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah keduanya benar saling mempengaruhi terhadap variabel dependen secara parsial ataupun tidak. Guna mengetahui koefisien dari variabel bebas, dilakukan dengan

Unstandardized Coefficients atau *Standardized Coefficients* yaitu dengan cara melihat hasil dari signifikansi variabel yang digunakan serta untuk tingkat kesalahan dari signifikansi adalah 5%. Prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut:

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

Tabel 4.20

Hasil Uji – t

Coefficients^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.916	1.871		.489	.629
	X1	-.153	.062	-.110	-2.486	.020
	X2	.081	.089	.051	.914	.369
	X3	1.025	.061	.957	16.826	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.20, maka diperoleh hasil dengan taraf signifikansi adalah 0,05 serta nilai dari t tabel adalah 1,697.

1) Penetapan harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil dari analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t hitung $>$ t table, sehingga $2.486 > 1,697$ serta nilai sig $0,020 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Dalam hal ini, kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

2) Cita rasa (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil dari analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t hitung $<$ t table, sehingga $.914 < 1,697$ serta nilai sig $0,369 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Dalam hal ini, kesimpulannya adalah tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

3) Mutu produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil dari analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t hitung $>$ t table, sehingga $16.826 > 1,697$ serta nilai sig $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Dalam hal ini,

kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Mutu Produk terhadap Kepuasan Konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

2. Uji F

Uji-f merupakan suatu uji yang dilakukan guna menguji dan mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas (penetapan harga, cita rasa, mutu produk) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 = secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

H_1 = secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

Apabila nilai dari signifikan F hitung $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar. apabila nilai dari signifikan F hitung $> 0,05$, maka H_0

diterima dan H1 ditolak, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

Tabel 4.21

Hasil Uji – f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.994	3	77.998	176.761	.000 ^b
	Residual	11.473	26	.441		
	Total	245.467	29			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: *Data primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.21, maka diperoleh hasil nilai dari F hitung adalah 176.761 serta nilai dari signifikan adalah 0,000, berarti nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari pada taraf signifikan 0,05. Nilai dari F tabel didapat dari perhitungan $df_1=k$ (dimana $k=3$) dan $df_2=n-k$ (dimana n merupakan jumlah dari sampel yang digunakan, jadi $30-3=27$). Hasil dari perhitungan tersebut diperoleh F tabel sebesar 3,35, maka nilai F hitung 176.761 lebih besar dari pada nilai F tabel 3,35 sehingga H0 di tolak dan H1 diterima, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif

dan signifikan antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

H. Analisis Koefisien Determinasi R²

Analisis Koefisien Determinasi R² merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai Adjusted R Square dari data tabel model summary. Jika nilai dari koefisien determinasi mendekati angka 1, hal ini mencerminkan terdapat pengaruh antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen yang kuat. Jika nilai koefisien determinasi menjauhi angka 1, hal ini menverminkan tidak terdapat pengaruh antara variabel penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.22

Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.976 ^a	.953	.948	.664
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: *Data Primer, diolah oleh SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, hasil dari koefisien determinasi pada tabel model summary didapatkan nilai R^2 sebesar 0,953 dengan besaran koefisien determinasi $0,953 \times 100\% = 95,3\%$, yang artinya bahwa terdapat pengaruh variabel penetapan harga (X1), cita rasa (X2), dan mutu produk (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu sebesar 95,3% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain.