BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Objek Penelitian Mukena Al- Kharimah Rejotangan

a. Profil perusahaan

Usaha Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung merupakan perusahaan produksi kecil yang bergerak dibidang produksi yang berupa mukena. Pada mulanya usaha ini didirikan oleh ibu Anis yang keadaannya masih sangat sederhana, yang berlokasi dijalan Demuk, Rejotangan Tulungagung yang pada awalnya daerah pemasarannya masih berkisar disekitar lingkungan toko.

Ketika melihat peluang pasar di sektor produksi kecil , khususnya produksi mukena pada masa yang akan datang mempunyai prospek yang baik, hal tersebut menjadikan Ibu Anis tertarik untuk menggeluti bidang produksi ini. Sampai saat ini jumlah karyawan yang dimilki oleh usaha mukena Al-Kharimah berjumlah kurang lebih 10 orang karyawan yang dibagi menjadi beberapa bagian.

b. Lokasi Perusahaan

Lokasi Toko Mukena Al- Kharimah Rejotangan. Pemilihan lokasi perusahaan ini sangat menentukan cepat atau lambatnya perkembangan perusahaan. Adapun pertimbangan pemilihan lokasi perusahaan berdasarkan sebagai berikut:

1). Faktor Primer

a). Tenaga Kerja

Tersedianya tenaga kerja yang cukup merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan lokasi perusahaan. Di sekitar lokasi perusahaan merupakan

daerah padat penduduk dan berada pada usia produktif, sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan tenaga kerja.

b). Pasar

Pasar merupakan lahan untuk memasarkan produksi, selain memasarkan produk dan sebagai sumber informasi mengenai hasil produksi dari konsumen.

c). Transportasi

Hubungan antara perusahaan, karyawan dan konsumen akan terjalin dengan baik, apabila didukung dengan sarana transportasi yang mudah. Lokasi perusahaan berada dijalur alternatif ke Blitar, sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkaunya dengan berbagai saran transportasi.

d). Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan perusahaan, untuk produksi adalah kain yang mana bahan baku tersebut diperoleh dari sekitar perusahaan, Tulungagung, sehingga untuk mendapatkannya tidak ada kesulitan.

2**).** Faktor Sekunder

a). Energi

Energi adalah tenaga untuk menggerakkan mesin yang berasal dari luar tenaga manusia misalnya mesin jahit, dan mesin bordil.

b). Masyarakat

Kondisi masyarakat disekitar perusahaan dapat menerima keberadaan perusahaan merupakan faktor yang perlu juga diperhitungkan, sebab apabila masyarakat tidak dapat menerima keberadaan perusahaan akan menghambat kegiatannya.

c. Produk-Produk dan Harga di Toko Mukena Al- Kharimah Rejotangan Tulungagung

Macam-macam produk di Toko Mukena Al- Kharimah Rejotangan Tulungagung dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 4.1

Produk Mukena Al- Kharimah Rejotangan Tulungagung

No	Jenis produk	Harga		
1	Mukena bali	80.000	95.000	120.000
2	Mukena bordir mesin	100.000	125.000	137.000
3	Mukena bordir manual	145.000	153.000	175.000
4	Mukena Anak-Anak	65.000	80.000	100.000

Sumber : Dokumen Perusahaan TokoMukena Al-Kharimah Tulungagung

d. Struktur organisai

Pemimpin : Annis

Karyawan :

Penjahit : 1. Anna 2. Siti

Pembordilan mesin : 1. Tatik 2. Lia

Pembordilan manual : 1. Istingatin 2. Yanti

Pemotongan : Sulistiani

Penjaga toko : 1. Ratna 2. Siti

1. Nisak

e. Personalia dan Hubunga Perburuhan

1. Jumlah karyawan dan kualitasnya

Tenaga kerja merupakan unsur yang sangat penting bagi semua perusahaan, karena fungsi tenaga kerja merupakan penentu keberhasilan perusahaan di Toko Mukena Al- Kharimah Rejotangan Tulungagung. Sampai saat ini perusahaan mempunyai kurang lebih 10 pekerja, dimana dari jumlah tersebut terbagi 2 penjahit, 2 pembordil mesin, 2 pembordir manuall , 1 pemotong bahan sesuai pola, dan 3 penjaga toko.

2. Jam Kerja Karyawan

Perusahaan menetapkan jam kerja karyawan setiap harinya selama 8 jam lebihnya dianggap jam lembur. Pada umumnya jam kerja dimulai pukul 07.30 WIB sampai dengan pukul 15.30 WIB, kemudia istirahat mulai pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB, kecuali hari jumat istirahat hingga pukul 11.30 WIB sampai pukul 13.00 wib.

3. Kompensasi

Kompensasi dirumuskan sebagai balas jasa yang memadai dan layak diberikan kepada personalia untuk mencapai tujuan. Kompensasi atau upah yang ditetapkan diperusahaan mengacu pada standart yang disesuaikan UMK, sesuai denganpengalaman, jenis pekerjaan, dan ketrampilan tenaga kerja yang bersangkutan.

4. Tunjangan

Untuk memotivasi karyawan perusahaan memberikan beberapa fasilitas antara lain

- Perusahaan berupaya mempertahankan kebutuhan kerohanian karyawan dengan membangun sarana ibadah.
- Memberikan tunjangan pada hari-hari tertentu, misalnya Hari Idul Fitri.

f. Distribusi**.**

Hasil dari produksi mukena ini didistribusikan dengan menggunakan sosial media melalui facebook, instagram, sebagian didistribusikan ke para distributor yang telah bekerjasama dengan Mukena Al-Kharimah. Distributor berperan penting dalam proses pendistribusian, semakin banyak distributor secara langsung akan meningkatkan jumlah produksi mukena ini serta penjualannya juga akan meningkat. Selain itu, usaha ini juga melayani pembeli yang langsung datang ke pusat usaha mukena Al-Kharimah untuk memilih – memilih mukena sesuai dengan keinginan tanpa adanya batas minimum pembelian.

a. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mukena Al-Kharimah Rejotangan. Adapun jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 70 konsumen dengan teknik *simple random sampling.* Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

b. Deskripsi Responden

Untuk mendapatkan data mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan melalui koesioner. Penyebaran koesioner ditujukan kepada responden yang menjadi konsumen pada Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Banyaknya responden	Persentase (%)
Laki-laki	25	35.7 %
Perempuan	45	64.3 %
Total	70	100 %

Sumber: Data Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung

Gambar 4.2 menunjukkan mayoritas konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan TulungagungTulungagung berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 45 Atau 64.3 % dan responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 25 atau 35.7% %. Jadi dapat disimpulkan yang banyak membeli mukena yaitu perempuan.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan	Banyaknya responden	Persentase (%)
Mahasiswa/pelajar	5	7.14 %
Swasta	12	17.1 %
Wiraswasta	10	14.3 %
PNS	35	50 %
Lain-lain	8	11.4 %
Total	70	100 %

Sumber: Data Al-Khaimah Rejotangan Tulungagung

Dari jumlah responden sebesar 70 responden didapatkan hasil rata-rata pekerjaan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung adalah mahasiswa/pelajar sejumlah 5 orang atau 7.14 %, pegawai swasta sejumlah 12 orang atau 17.1 %, wiraswasta sejumlah 10 orang atau 14.3 % PNS sejumlah 35 orang atau 50 %, lain-lain sejumlah 8 orang atau 11.4%%. Maka dapat diketahui yang mempunyai nilai tertinggi adalah PNS.

c. Deskripsi Variabel

Dari angket yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri dari 26 pernyataan dan dibagi 3 kategori yaitu:

1. 10 soal digunakan untuk mengetahui produk yang dihasilkan dari toko mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas produk (X_1).
2. 10 soal digunakan untuk mengetahui pelayanan yang diberikan dari toko mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X_2).
3. 6 soal digunakan untuk mengetahui kepuasan yang diukur dari variabel kepuasan konsumen (Y).

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4

Kualitas Produk (X_1)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat Setuju	5	444	63%
2.	Setuju	4	243	35%
3.	Netral/Ragu-Ragu	3	13	2%
4.	Tidak Setuju	2	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data Angket Diolah

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 70 responden yang ditemui dilapangan, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 444 atau 63%, setuju berjumlah 243 atau

35%, netral/ragu-ragu berjumlah 13 atau 2%, tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari hasil jawaban diatas responden cenderung lebih banyak memilih jawaban sangat setuju ini berarti responden menganggap bahwa kualitas produk yang dihasilkan oleh Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung sudah sesuai dengan keinginan konsumen baik dari segi model dan daya tahan produk.

Tabel 4.5

Kualitas Pelayanan (X_2)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat Setuju	5	353	50%
2.	Setuju	4	339	48%
3.	Netral/Ragu-Ragu	3	9	1%
4.	Tidak Setuju	2	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data Angket Diolah

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 70 responden yang ditemui dilapangan, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 353 atau 50%, setuju berjumlah 339 atau 48%, netral/ragu-ragu berjumlah 9 atau 1%, tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari hasil jawaban diatas responden cenderung lebih banyak memilih jawaban sangat setuju ini berarti responden menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan di Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung sudah sesuai dengan keinginan konsumen baik dari segi pelayanan ketanggapan karyawan

dalam menyelesaikan keluhan konsumen, pemahaman karyawan akan semua produk dan pelayanan menangani kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tabel 4.6

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentasi
1.	Sangat Setuju	5	253	59%
2.	Setuju	4	171	40%
3.	Netral/Ragu-Ragu	3	6	1%
4.	Tidak Setuju	2	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data Angket Diolah

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 70 responden yang ditemui dilapangan, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 253 atau 59%, setuju berjumlah 171 atau 40%, netral/ragu-ragu berjumlah 6 atau 1%, tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari hasil jawaban diatas responden cenderung lebih banyak memilih jawaban sangat setuju ini berarti responden merasa puas dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan di Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung, sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

a. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai r_{hitung}) dibandingkan dengan nilai r_{tabel}. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} atau $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka item tersebut dikatakan valid.[1]

a. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

Tabel 4.7

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,256	0,198	Valid
X1.2	0,491	0,198	Valid
X1.3	0,249	0,198	Valid
X1.4	0,406	0,198	Valid
X1.5	0,417	0,198	Vald
X1.6	0,589	0,198	Valid
X1.7	0,616	0,198	Valid
X1.8	0,303	0,198	Valid
X1.9	0,620	0,198	Valid
X1.10	0,515	0,198	Valid

[1] Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*,(Bandung: Alfabeta,2010), hal. 353

Sumber : Data Primer, *SPSS.16*

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.7 diketahui bahwa nilai r hitung dari semua indikator kualitas produk lebih besar dari nilai r tabelnya (0,198). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Tabel 4.8

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,296	0,198	Valid
X2.2	0,407	0,198	Valid
X2.3	0,291	0,198	Valid
X2.4	0,413	0,198	Valid
X2.5	0,397	0,198	Vald
X2.6	0,435	0,198	Valid
X2.7	0,515	0,198	Valid
X2.8	0,302	0,198	Valid
X2.9	0,515	0,198	Valid
X2.10	0,481	0,198	Valid

Sumber : Data Primer, *SPSS.16*

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.8 diketahui bahwa nilai r hitung dari semua indikator kualitas pelayanan lebih besar dari nilai r tabelnya (0,198). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan valid.

c. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.9

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,201	0,198	Valid
Y.2	0,277	0,198	Valid
Y.3	0,227	0,198	Valid
Y.4	0,411	0,198	Valid
Y.5	0,398	0,198	Valid
Y.6	0,388	0,198	Valid

Sumber : Data Primer, *SPSS.16*

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.9 diketahui bahwa nilai r hitung dari semua indikator kepuasan konsumen lebih besar dari nilai r tabelnya (0,198). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan valid.

Dalam penelitian ini, berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validits secara statistic serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Triton menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

a. Hasil Uji Realibilitas Kualitas Produk (X_1)

Tabel 4.10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	10

Sumber : Data Primer, *SPSS.16*

Dapat dilihat pada tabel 4.10 Nilai Alpha Cronbach 0,749, dikatakan reliabel karena nilai alpha cronbach diantara 0,61 s.d 0.80.

b. Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Tabel 4.11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	10

Sumber : Data Primer, *SPSS.16*

Dapat dilihat pada tabel 4.11 Nilai Alpha Cronbach 0,645, dikatakan reliabel karena nilai alpha cronbach diantara 0,61 s.d 0.80.

c. Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	6

Sumber : Data Primer, *SPSS.16*

Dapat dilihat pada gambar 4.12 Nilai Alpha Cronbach 0,741, dikatakan reliabel karena nilai alpha cronbach diantara 0,61 s.d 0.80

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*.[2]

[2] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*,..... hal 80.

Berikut ini adalah hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogoro-Smirnov*:

Tabel 4.13

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas produk	Kualitas pelayanan	Kepuasan konsumen
N		70	70	70
Normal Parameters[a]	Mean	45.8143	45.9714	27.4143
	Std. Deviation	2.44530	2.17343	1.53692
Most Extreme Differences	Absolute	.159	.148	.134
	Positive	.096	.082	.121
	Negative	-.159	-.148	-.134
Kolmogorov-Smirnov Z		1.329	1.239	1.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058	.093	.161

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Primer, diolah *SPSS 16,0*

Dari tabel *One-Sample Kolmogorow-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asym Sig (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi α = 5%) untuk kepuasan konsumen dengan pedoman:

a. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0,05, distribusi data adalah tidak normal.
b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05, distribusi data adalah normal.

Dari tabel *One-Sample Kolmogorow-Smirnov Test* sig data untuk kualitas produk adalah 0,58 maka lebih besar dari 0,05 (0,58 > 0,05) sehingga data berdistribusi normal. Sig data untuk kualitas pelayanan adalah 0,093 maka lebih besar dari 0,05 (0,093 > 0,05) sehingga data berdistribusi normal. Sehingga data berdistribusi normal,

selanjutnya sig data kepuasan konsumen adalah 0,161 maka lebih besar dari 0,05 (0,161 > 0,05) sehingga data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada di luar model.[3] Untuk mendeteksi uji multikolinieritas dinyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model bebas dari multikolinieritas.

Berikut adalah hasil pengujian degan multikolinieritas:

Tabel 4.14

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.101	9.864
	Kualitas Pelayanan	.101	9.864

Sumber : Data Primer, *SPSS 16.00*

Berdasarkan Coefficients di atas diketahui bahwa nilai VIF adalah 9,864 (variabel kualitas produk), 9,864 (variabel kualitas pelayanan). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik mutikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

[3] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, ...hlm 88.

c. Uji Heteroskesdasitas

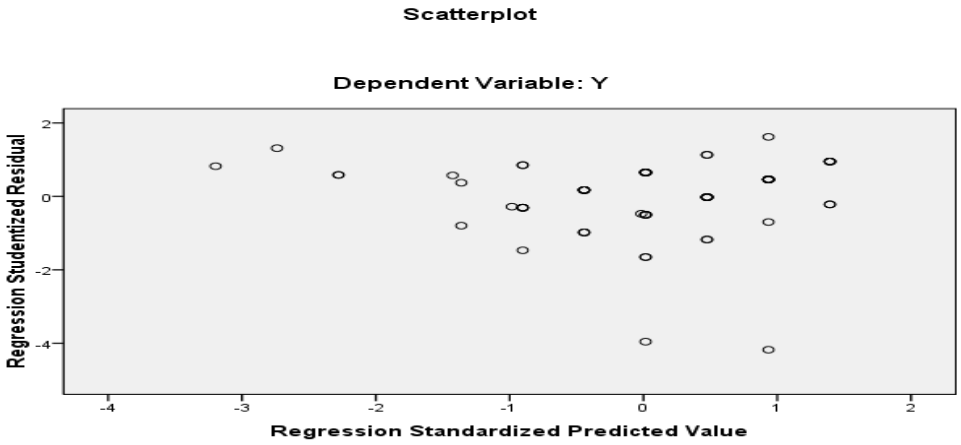
Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.[4] Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

1) Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola.
2) Titik- titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekar angka 0.
3) Titik- titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas.

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer, *SPSS 16.0*

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar di atas dan dibawah atau di sekitar angka 0.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi arau residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model

[4] *Ibid*, hlm 79

regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:[5]

1) DU < DW < 4-DU maka Ho diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
2) DW < DL atau DW > 4-DL maka Ho ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
3) DL-DW < DU atau 4-DU <DW<4-DL, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Secara umum patokan yang digunakan dalam melihat angka D-W yakni:

1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2) Angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Berikut adalah hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828[a]	.686	.676	.87455	1.417

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data Primer, *SPSS 16.0*

[5] Dwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Dta dengan SPSS 20*, ...hlm 172-173.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, nilai *Durbin-Watson* pada *model summary* adalah sebesar 1,417. Hal ini berarti model regresi di atas tidak terdapat masalah autokorelasi, sehingga model regresi layak digunakan.

4. Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Hasil uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.566	2.271		.249	.804
	Kualitas produk	.021	.135	.033	.152	.879
	Kualitas pelayanan	.564	.152	.797	3.704	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data Primer *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan dalam gambar diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 0,566 + 0,021X_1 + 0,564X_2$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 0,566 menunjukkan bahwa jika nilai variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam keadaan konstan (tetap) maka kepuasan konsumen toko

mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung meningkat sebesar 0,566 satu satuan.

b. Koefisien X_1= 0,021 menunjukkan peningkatan 1 satuan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0.021 dengan asumsi variabel- variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Semakin baik atau semakin naik kualitas produk maka semakin naik pula kepuasan konsumen.

c. Koefisien X_2= 0,564 menunjukkan peningkatan 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkat jumlah kepuasan konsumen sebesar 0,564 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen. Semakin baik atau semakin naik kualitas pelayanan maka semakin naik pula kepuasan konsumen

5. Uji hipotesis

a. Hasil uji T

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen untuk menginterprestasikan koefisien variabel bebas (independen) dapat menggunakan unstandardized coefficient maupun standardized coefficient yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel.

Hasil uji T disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.566	2.271		.249	.804
	Kualitas produk	.021	.135	.033	.152	.879
	Kualitas pelayanan	.564	.152	.797	3.704	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer, *SPSS 16.0*

1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari gambar diatas untuk menguji signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumene di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumene di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

Dalam tabel Coefficients diperoleh nilai Sig sebesar 0,879 dibandingkan dengan taraf signifikansi (α = 5%), 0,05 maka:

Sig α : 0,879 > 0,05, Karena nilai Sig > α maka disimpulkan untuk menerima H_0, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dari gambar diatas untuk menguji signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

Dalam tabel Coefficients diperoleh nilai Sig sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi (α = 5%), 0,05 maka:

Sig α : 0,000 < 0,05. Karena nilai Sig < α maka disimpulkan untuk menolak H_0, yang berarti ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

b. Uji F (F-test)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama- sama. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.18

Hasil uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.741	2	55.871	73.049	.000[a]
	Residual	51.244	67	.765		
	Total	162.986	69			

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.741	2	55.871	73.049	.000[a]
	Residual	51.244	67	.765		
	Total	162.986	69			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data Primer, *SPSS 16.0*

Output diatas ANOVA terbaca nilai F_{hitung} sebesar 73,049 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,005 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikasi atau α sebesar 5%). Maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen. Umumnya output ini digunakan untuk menguji hipotesis. Hipotesis yang dikemukakan adalah:

H_0 = Tidak ada hubungan secara bersama-sama antara kualitas produk, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

H_1 = Ada hubungan secara bersama-sama antara kualitas produk, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung

Pedoman yang digunakan adalah: jika Sig < α maka H_0 ditolak yang artinya ada hubungan linier antara kualitas produk, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung. Cara lain yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka

disimpulkan menolak H_0 yang berarti ada hubungan yang linier antara kualitas produk, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung. Dari hasil perbandingan tersebut menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu (73,049 > 3,13) maka disimpulkan menolak H_0 yang berarti antara kualitas produk, kualitas pelayanan ada hubungan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulungagung.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.[6]

Hasil uji Analisis Determinasi disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828[a]	.686	.676	.87455	1.417

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data Primer, *SPSS 16.0*

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat diketahui bahwa R square atau koefisien determinasi sebesar 0,686 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,676 atau 68%, artinya

[6] Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000).

jumlah kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan sebesar 68% sedangkan sisanya 32% dapat dijelaskan oleh faktor- faktor lain.