

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko Gorden Purwanti didirikan oleh sepasang suami istri ibu Purwanti dan bapak Purnama pada tanggal 10 Agustus 2009. Usaha mikro di bidang konveksi yang berfokus pada produksi gorden ini berlokasi strategis di Blawe, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Dalam operasionalnya, usaha ini didukung oleh 20 orang pekerja lepas dengan tugas inti (*job description*) berupa mengukur kain dan menjahit kain gorden sesuai standar. Produk gorden yang dihasilkan memiliki variasi harga yang kompetitif, dengan rentang harga produk mulai dari Rp 10.000 hingga Rp 70.000 per meter, tergantung pada jenis material dan tingkat kerumitan jahitan. Struktur harga dan manajemen tenaga kerja yang digunakan menjadi fokus utama analisis. Secara keseluruhan, arah pengembangan usaha ini dipandu oleh visi: menjadi toko gorden terdepan di Kabupaten Kediri yang dikenal akan kombinasi unggul antara kualitas produk terbaik dan harga yang paling terjangkau, sehingga mencapai tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang optimal di segmen perumahan, yang diwujudkan melalui misi: (1) Secara konsisten menyediakan produk gorden yang memiliki standar kualitas jahitan, ketahanan material, dan estetika desain yang tinggi; (2) Mengembangkan dan menerapkan struktur harga yang efisien dan terjangkau; (3) Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional; serta (4) Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

2. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur ketepatan kuesioner dalam mengukur variabel penelitian, yaitu dengan melihat korelasi setiap item dengan skor total variabelnya. Item dinyatakan Valid jika nilai Korelasi (Pearson Correlation) lebih besar dari rtabel (0.2244) dan memiliki nilai Sig. (2-tailed) ≤ 0.05 .

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Korelasi dengan Skor Total	Nilai Sig. (2- tailed)	rtabel (0.2244)	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	750	0	2,244	Valid
	X1.2	710	0	2,244	Valid
	X1.3	770	0	2,244	Valid
	X1.4	735	0	2,244	Valid
	X1.5	712	0	2,244	Valid
Harga (X2)	X2.1	750	0	2,244	Valid
	X2.2	725	0	2,244	Valid
	X2.3	770	0	2,244	Valid
	X2.4	786	0	2,244	Valid
	X2.5	772	0	2,244	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	789	0	2,244	Valid
	Y1.2	812	0	2,244	Valid
	Y1.3	721	0	2,244	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 4.1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai korelasi yang lebih besar dari rtabel (0.2244) dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05). Dengan demikian, seluruh 13 item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi atau keandalan instrumen. Instrumen dinyatakan Reliabel jika nilai Cronbach's Alpha ≥ 0.60 .

Tabel 4.2

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Kriteria (0.60)	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.725	5	$0.725 \geq 0.60$	Reliabel
Harga (X2)	0.782	5	$0.782 \geq 0.60$	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.712	3	$0.712 \geq 0.60$	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel ketiga lebih tinggi daripada standar reliabilitas yang lazim, yaitu 0,60. Cronbach's Alpha untuk kualitas produk adalah 0,725, untuk harga adalah 0,782, dan untuk kepuasan pelanggan adalah 0,712. Karena semua

nilai Alpha ini di atas 0,60, berarti semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang kuat dan reliabel. Hal ini menjadikan alat yang digunakan dalam penelitian ini cocok untuk mengukur variabel yang diteliti.

c) Analisis Deskriptif

Tabel 4.3

**Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan
Kepuasan Pelanggan (Y)**

Analisis Deskriptif		Y		X1		X2	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Mean		12,43	0,164	20,74	0,262	20,85	0,241
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	12,11		20,23		20,38	
	Upper Bound	12,76		21,26		21,33	
5% Trimmed Mean		12,62		20,93		21,06	
Median		13,00		22,00		22,00	
Variance		3,703		9,397		7,979	
Std. Deviation		1,924		3,066		2,825	
Minimum		6		13		11	
Maximum		15		25		25	
Range		9		12		14	
Interquartile Range		2		5		4	
Skewness		-1,574	0,207	-0,955	0,207	-1,131	0,207
Kurtosis		2,842	0,411	-0,177	0,411	1,113	0,411

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Pada tabel 4.3 di atas menyajikan hasil statistik deskriptif untuk variabel penelitian, yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y), dengan jumlah responden (N) sebanyak 137. Secara umum, variabel X1 memiliki rata-rata (Mean) skor 20,74, X2 memiliki rata-rata 20,85, dan Y memiliki rata-rata 12,43. Nilai median (Median) untuk ketiga variabel berturut-turut adalah 22,00, 22,00, dan 13,00, yang menunjukkan data sedikit terkonsentrasi di sekitar nilai-nilai tersebut. Semua variabel menunjukkan distribusi yang cukup baik, dengan nilai kemiringan (Skewness) dan keruncingan (Kurtosis) yang relatif kecil, menunjukkan bahwa data untuk ketiga variabel mendekati distribusi normal.

d) Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi kriteria statistik yang diperlukan sehingga hasil analisis dapat diandalkan.

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Uji ini dilakukan dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4.4
Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			137
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		0,90840480
	Absolute		0,076

Most Extreme Differences	Positive		0,056
	Negative		-0,076
Test Statistic			0,076
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,322
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,310
		Upper Bound	0,334

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4.4, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05 (tingkat signifikansi umum), maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Model yang baik seharusnya tidak memiliki masalah multikolinearitas, yang dapat dilihat dari nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10.

Tabel 4.5

Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	Tolerance VIF
1	(Constant)	5,622	1,517		

	Kualitas Produk	0,098	,050	,156	,998	1,002
	Harga	0,229	,055	,336	,998	1,002
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

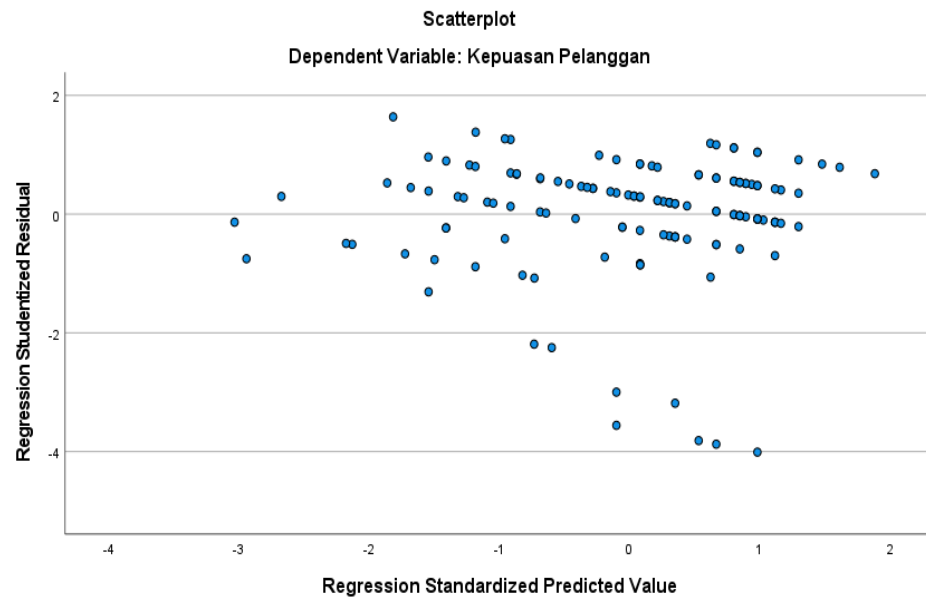
Sumber: Data diolah oleh peneliti

Hasil analisis dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel kualitas produk dan harga adalah 1,002 , dan nilai VIF untuk keduanya sebesar 1,002. Karena nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi ini.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data memiliki variansi yang sama diantara data tersebut atau tidak. Data yang diharapkan adalah data yang memiliki variansi yang berbeda. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.6
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan pada tabel 4.6 Scatterplot yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, seperti pola kerucut, gelombang, atau garis lurus. Penyebaran titik yang acak ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan kata lain, asumsi homoskedastisitas (varian residual yang konstan) telah terpenuhi.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan korelasi antara residual pada satu pengamatan dan pengamatan lain pada model regresi. Adapun pada metode Durbin-Watson.

Tabel 4.7
Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,791 ^a	0,593	0,615	0,921	2,114
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.7 hasil dari uji autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson menunjukkan nilai sebesar 2,114. Nilai ini berada dalam rentang yang dapat diterima yaitu antara 1,5 hingga 2,5. Karena nilai Durbin-Watson sangat dekat dengan 2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi dalam model regresi. Hal ini menandakan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara residual (sisaan) dari satu observasi dengan residual dari observasi sebelumnya, sehingga asumsi non-autokorelasi terpenuhi.

e) Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dari dua variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap satu variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hubungan antar variabel ini dapat digambarkan dalam persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- f) Y = Variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.
- g) a = Nilai konstanta yang menunjukkan nilai Y ketika semua variabel independen bernilai 0.
- h) b_1 = Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_1), menunjukkan seberapa besar pengaruh X_1 terhadap Y .
- i) b_2 = Koefisien regresi untuk variabel Harga (X_2), menunjukkan seberapa besar pengaruh X_2 terhadap Y .
- j) X_1 = Variabel independen pertama, yaitu kualitas produk.
- k) X_2 = Variabel independen kedua, yaitu harga.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel coefficients, diperoleh nilai-nilai koefisien berikut:

- a) Nilai konstanta (a) = 5,622
- b) Nilai koefisien kualitas produk (b_1) = 0,250
- c) Nilai koefisien harga (b_2) = 0,229
- d) Nilai variabel pengganggu (e) = 0,05

Dengan demikian, persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 5,622 + 0,250X_1 + 0,229X_2 + e$$

Persamaan ini berarti bahwa jika kualitas produk naik satu unit, kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,250, selama harga tidak berubah. Demikian pula, jika harga naik satu unit, kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,229, selama kualitas produk tetap sama.

f) Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Berikut tabel ringkasan Coefficients:

Tabel 4.8

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	5,622	1,517		3,706	0,001			
Kualitas Produk	,250	,050	,156	1,948	0,001	,998	1,002	
Harga	,229	,055	,336	4,198	0,001	,998	1,002	
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.8 Uji t, dapat diketahui bahwa:

a) Pengaruh Kualitas Produk

Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel kualitas produk adalah 0,001. Karena nilai ini lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi (B) untuk kualitas produk adalah 0,250, menunjukkan

bahwa setiap peningkatan satu unit pada kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,250.

b) Pengaruh Harga

Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel harga adalah 0,001. Karena angka ini lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi (B) untuk harga adalah 0,229, yang berarti bahwa ketika harga naik satu unit, kepuasan pelanggan juga naik sebesar 0,229.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut tabel ringkasan ANOVA:

Tabel 4.9

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	71,515	2	35,757	11,089	,001 ^b
Residual	432,076	135	3,224		
Total	503,591	137			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk					

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.9 Uji F ANOVA, nilai F hitung adalah 11,089 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansi

(0,001) lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa baik model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berikut tabel ringkasan Model Summary:

Tabel 4.10

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,791 ^a	0,593	0,615	0,921

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Hasil analisis dari tabel 4.10 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,593. Hal ini berarti 59,3% dari variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga. Sementara itu, 40,7% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.