

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah UD. Wahyu Jaya**

UD. Wahyu Jaya berdiri sejak tahun 1997 yang bergerak dibidang Agroindustri dengan memproduksi gula merah pasir dengan bahan baku tebu. Pada tahun 1998 mengadakan MOU dengan Indofood Sukses Makmur untuk mensupply gula merah ke pabrik kecap Piring lombok. Selama memproduksi gula merah banyak sekali kendala kualitas, pengadaan bahan baku serta tenaga kerja, sehingga pada tahun 1999 UD. Wahyu Jaya bangkrut sampai pada kondisi minus. Disaat kondisi paling sulit, kami berpikir bisnis apa yang tidak terkendala bahan baku dan tenaga kerja. Maka, kami memutuskan untuk memproduksi kue bolu yang mana bahan baku mudah didapat dan diproduksi bisa kami lakukan sendiri. Dengan modal pesangon dari kantor tempat bekerja dulu, kami memulai bisnis kecil-kecilan dengan memproduksi kue bolu dan kita pasarkan di tetangga, sanak *family* dan teman-teman.

Pada tahun 2001, kami mencoba memasarkan ke luar kota Kediri yaitu Surabaya, ternyata sambutan pasar luar biasa. Kami optimis bahwa kue bolu kering ternyata banyak disukai masyarakat. Setelah pasar surabaya aman, baru kami mencoba menawarkan ke agen-agen di kota

Kediri, dan alhamdulillah sambutan pasar sangat bagus. Dari situlah kami berusaha untuk meningkatkan kapasitas produksi yang semula sehari hanya menghabiskan 3 kg terigu hingga sekarang bisa menghabiskan 200 kg terigu per hari.

Setelah produk kue bolu kering dengan rasa original diterima pasar dan punya pelanggan yang loyal, mulailah melakukan diversifikasi produk dengan membuat berbagai varian rasa yaitu produk bolu dengan bentuk dan rasa yang berbeda, diantaranya bolu mini rasa susu, bolu mini rasa buah (mangga, stroberi, melon) dengan diberi alas kertas warna yang cantik dan sebagainya, semua produk diterima oleh masyarakat luas.

Pada tahun 2006, setelah produk bolu eksis dipasar, mulailah berfikir membuat produk yang benar-benar baru. Pilihan jatuh pada produk Kacang Shanghai, karena itu merupakan jajanan abadi yang tidak lekang oleh waktu. Produk kacang shanghai pasarnya sangat kompetitif, agar bisa tetap eksis dipasaran, produk kita harus berbeda dengan produk yang ada dipasaran. Maka dibuatlah produk kacang shanghai dengan butirannya kecil-kecil dengan rasa bawang yang diberi merek Merak dan Elang Biru. Dan produknya bisa diterima oleh pasar sehingga bisa menemukan pelanggan yang fanatik ditengah persaingan pasar yang sangat ketat saat ini.

UD. Wahyu Jaya juga sudah mengembangkan usahanya dengan membuka pusat oleh-oleh di Jl. Kapten Tendean No. 285 A, Blabak, kota Kediri, dengan nama Pusat oleh-oleh Mak Plengeh.

## 2. Visi dan Misi UD. Wahyu Jaya

Visi :

Menjadi produsen makanan yang berkualitas, inovatif, dan digemari masyarakat.

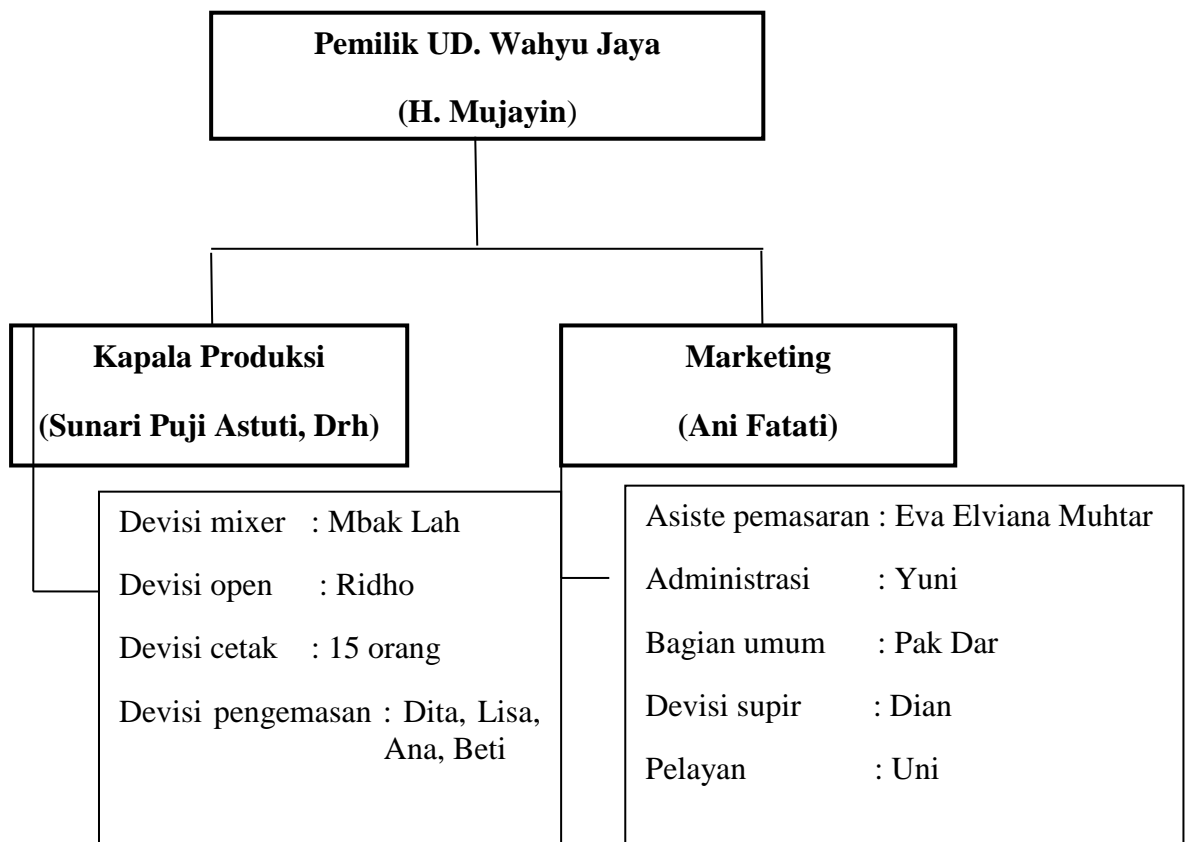
Misi :

Untuk mencapai misi perusahaan menerapkan memproduksi makanan yang selalu digemari konsumen dengan menjadi pelopor yang berinovasi.

## 3. Struktur Organisasi UD. Wahyu Jaya

**Gambar IV.1**

### **Struktur Organisasi UD. Wahyu Jaya**



Sumber : UD. Wahyu Jaya Blabak kota Kediri

#### 4. Penghargaan

Perusahaan ini mendapatkan berbagai jenis penghargaan atas prestasi kerjanya diantaranya adalah dinobatkannya UD. Wahyu Jaya *as the best of SME BOGASARI* pada tahun 2015 pada tanggal 2 Oktober 2015 di Grand City Surabaya, perusahaan juga peraih juara 1 lomba IKM (Industri Kecil Menengah) Berprestasi pada tahun 2017 di kota Kediri. Dan produk UD. Wahyu Jaya juga sudah memiliki sertifikat halal dari MUI.

#### 5. Legalitas UD. Wahyu Jaya

Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil Nomor 503 / 2494 / 419.36 / 2012. Yang diterbitkan oleh Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Kota Kediri, pembina Agus Suharyanto, S. Sos, MS.

#### 6. Logo UD. Wahyu Jaya

### Gambar IV.2

#### Logo Produk UD. Wahyu Jaya



Sumber : Profil UD. Wahyu Jaya Blabal kota Kediri

Logo perusahaan bernama Mak Plengeh merupakan istilah yang sangat lokal karena perusahaan menggunakan bolu senyum. Mak Plengeh yang artinya senyum dengan harapan konsumen yang sedang galau, sedih atau sedang tidak enak hati ketika mengkonsumsi bolu kering kemudian dapat tersenyum dan ceria.

7. Produk UD. Wahyu Jaya
  - a. Kue bolu kering original
  - b. Kue bolu kering rasa susu
  - c. Kue bolu kering rasa mangga
  - d. Kue bolu kering rasa stroberi
  - e. Kue bolu kering rasa melon
  - f. Kue bolu kering premium
  - g. Kue pia plengeh
  - h. Kue bolu jadul
  - i. Kacang shanghai

## **B. Deskripsi Responden**

Gambaran umum responden menggambarkan keadaan dan kondisi dari responden. Berikut ini akan dikemukakan gambaran umum responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini, yaitu konsumen UD. Wahyu Jaya kota Kediri yang pernah melakukan pembelian kue bolu kering UD. Wahyu Jaya.

Gambaran responden berdasarkan berapa kali membeli produk kue bolu kering UD. Wahyu Jaya :

**Tabel IV.1**  
**Membeli Kue Bolu Kering**

No.	Membeli kue bolu kering	Frekuensi
1.	< 3 kali	43
2.	3 – 5 kali	45
3.	6 – 10 kali	12
4.	> 10 kali	10
Jumlah		110

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa dari 110 responden, sebanyak 43 konsumen membeli kue bolu kering < 3 kali. 45 konsumen membeli kue bolu kering 3-5 kali. 12 responden membeli kue bolu kering 6-10 kali dan 10 konsumen membeli kue bolu kering > 10 kali.

## C. Deskripsi Data

Data hasil penelitian yang diperoleh dari angket atau kuesioner, merupakan langkah awal dalam analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri.

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas Instrumen

Dalam uji validitas dan realibilitas, peneliti mengambil 110 responden dari keseluruhan responden dalam penelitian ini (data uji). Berikut paparan hasil pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS V. 21 untuk masing-masing variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan loyalitas konsumen ( $Y$ ).

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah :

- a. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai tabel  $r$  maka item angket dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- b. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai tabel  $r$  maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan.
- c. Nilai  $R_{tabel}$  dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$  dan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2 = 110 - 2 = 108$ , didapat dari tabel  $r$  yaitu 0,176

1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk ( $X_1$ )**Tabel IV.1****Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_1$ )**

<b>No. Item</b>	<b><math>R_{hitung}</math></b>	<b><math>R_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,655	0,176	Valid
2	0,491	0,176	Valid
3	0,738	0,176	Valid
4	0,537	0,176	Valid
5	0,637	0,176	Valid
6	0,711	0,176	Valid
7	0,490	0,176	Valid
8	0,510	0,176	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan mengenai kualitas produk ( $X_1$ ) yang sebanyak 8 pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil  $R_{hitung}$  yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ , artinya semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya untuk menafsirkan uji reliabilitas, kriteria yang digunakan peneliti berpedoman pada hasil *cronbach's alpha* yang digunakan untuk mengukur apakah item angket tersebut reliabel atau tidak, dengan cara membandingkan nilai *alpha* (*cronbach's alpha*)  $\geq$  0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan jika nilai *alpha*



(*cronbach's alpha*)  $\leq 0,60$  maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel dan harus diperbaiki lagi. Secara keseluruhan hasil pengujian reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel IV. 2**

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,740	8

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dengan program SPSS V. 21, diketahui bahwa variabel memiliki *cronbach's alpha*  $\geq 0,60$ . Demikian variabel kualitas produk secara keseluruhan didapat 0,646 yakni lebih besar dari *cronbach's alpha* 0,740, maka seluruh item instrumen adalah reliabel.

2) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Harga (X<sub>2</sub>)

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah :

- a. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai tabel  $r$  maka item angket dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- b. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai tabel  $r$  maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan.
- c. Nilai  $R_{tabel}$  dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$  dan *degree of freedom* (df) =  $n-2 = 110 - 2 = 108$ , didapat dari tabel  $r$  yaitu 0,176

Berikut ini hasil uji validitas instrumen Harga (X<sub>2</sub>) yaitu sebagai berikut :

**Tabel IV. 3**  
**Hasil Uji Validitas Harga (X<sub>2</sub>)**

No. Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,611	0,176	Valid
2	0,708	0,176	Valid
3	0,811	0,176	Valid
4	0,757	0,176	Valid
5	0,658	0,176	Valid
6	0,674	0,176	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan mengenai harga (X<sub>2</sub>) yang sebanyak 6 pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil R<sub>hitung</sub> yang lebih besar dari R<sub>tabel</sub>, artinya semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya untuk menafsirkan uji reliabilitas, kriteria yang digunakan peneliti berpedoman pada hasil *cronbach's alpha* yang digunakan untuk mengukur apakah item angket tersebut reliabel atau tidak, dengan cara membandingkan nilai *alpha* (*cronbach's alpha*)  $\geq$  0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan jika nilai *alpha* (*cronbach's alpha*)  $\leq$  0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel dan harus diperbaiki lagi. Secara keseluruhan hasil pengujian reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel IV. 4****Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Harga (X<sub>2</sub>)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,797	6

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dengan program SPSS V. 21, diketahui bahwa variabel memiliki *cronbach's alpha*  $\geq 0,60$ . Demikian variabel kualitas produk secara keseluruhan didapat 0,797 yakni lebih besar dari *cronbach's alpha* 0,60, maka seluruh item instrumen adalah reliabel.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Loyalitas Konsumen (Y)

Pengujian validitas dan reliabilitas pada data hasil angket untuk mengukur loyalitas konsumen (Y) menggunakan program SPSS versi 21.

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah :

- d. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai tabel  $r$  maka item angket dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- e. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai tabel  $r$  maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan.
- f. Nilai  $R_{tabel}$  dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$  dan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2 = 110 - 2 = 108$ , didapat dari tabel  $r$  yaitu 0,176

Berikut ini hasil uji validitas instrumen Loyalitas Konsumen (Y) yaitu sebagai berikut :

**Tabel IV. 5**

**Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)**

No. Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,480	0,176	Valid
2	0,376	0,176	Valid
3	0,788	0,176	Valid
4	0,822	0,176	Valid
5	0,560	0,176	Valid
6	0,621	0,176	Valid
7	0,354	0,176	Valid
8	0,785	0,176	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan mengenai loyalitas konsumen (Y) yang sebanyak 8 pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil R<sub>hitung</sub> yang lebih besar dari R<sub>tabel</sub>, artinya semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya untuk menafsirkan uji reliabilitas, kriteria yang digunakan peneliti berpedoman pada hasil *cronbach's alpha* yang digunakan untuk mengukur apakah item angket tersebut reliabel atau tidak, dengan cara membandingkan nilai *alpha* (*cronbach's alpha*)  $\geq$  0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan jika nilai *alpha*

(*cronbach's alpha*)  $\leq 0,60$  maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel dan harus diperbaiki lagi. Secara keseluruhan hasil pengujian reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel IV. 6**

**Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,762	8

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dengan program SPSS V. 21, diketahui bahwa variabel memiliki *cronbach's alpha*  $\geq 0,60$ . Demikian variabel kualitas produk secara keseluruhan didapat 0,762 yakni lebih besar dari *cronbach's alpha* 0,60, maka seluruh item instrumen adalah reliabel.

## 2. Analisis Deskriptif

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh data untuk masing-masing variabel, yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan loyalitas konsumen (Y), berikut hasil dari data deskriptif:

**Tabel IV. 7**  
**Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ),**  
**Harga ( $X_2$ ) dan Loyalitas Konsumen ( $Y$ )**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	110	10,00	39,00	29,5909	4,20636
Harga	110	8,00	30,00	23,5545	4,37379
Loyalitas Konsumen	110	12,00	39,00	29,4455	4,38426
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Berdasarkan perhitungan SPSS V. 21,0 bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti adalah 110 orang. Skor terendah adalah 10 dan skor tertinggi adalah 39 sehingga dapat diketahui bahwa rata-ratanya adalah 29,5909 dan standard devisiasinya adalah 4,20636.

Variabel harga ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti adalah 110 orang. Skor terendah adalah 8 dan skor tertinggi adalah 30 sehingga dapat diketahui bahwa rata-ratanya adalah 23,5545 dan standard devisiasinya adalah 4,37379.

Sedangkan variabel kualitas produk ( $Y$ ) menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti adalah 110 orang. Skor terendah adalah 12 dan skor tertinggi adalah 39 sehingga dapat diketahui bahwa rata-ratanya adalah 29,4455 dan standard devisiasinya adalah 4,38426.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, maka digunakan pengujian uji normalitas kolmogrov smirno. Perhitungan uji normalitas Kolmogrov – Smirnov sebagai berikut :

**Tabel IV. 8**

#### Hasil Uji Kolmogrov – Smirnov

#### Variabel Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas Konsumen

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,53125871
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,628
Asymp. Sig. (2-tailed)		,825
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Berdasarkan hasil uji Kolmogrov – Smirnov bahwa :

- 1) Jika Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
- 2) Jika Sig < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan hasil output SPSS diatas nilai Signifikansi sebesar  $0,825 > 0,05$  sehingga berdistribusi normal dan bisa dilakukan untuk pengolahan berikutnya.

b. Uji Multikolinearilitas

Uji multikolinearilitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independent* (variabel bebas). Variabel independen pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ). Hasil uji multikolinearilitas dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel IV. 9**

**Hasil Uji Multikolinearitas dengan SPSS**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,775	2,614		3,739	,000		
	Kualitas Produk	,436	,088	,419	4,960	,000	,851	1,175
	Harga	,286	,084	,288	3,411	,001	,851	1,175

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Agar mengetahui model regresi terjadi multikolinieritas atau tidak, maka dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Maka dapat dijelaskan sebagai berikut :



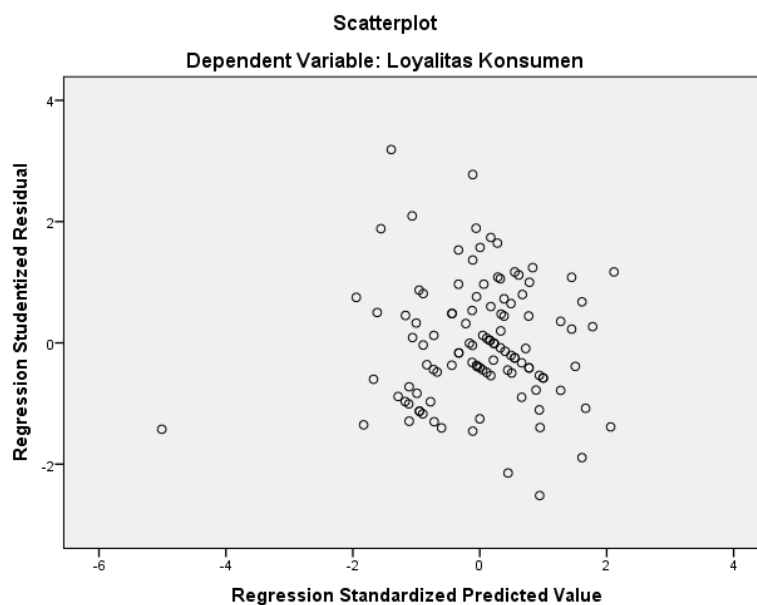
- 1) Melihat nilai *Tolerance* :
  - a) Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
  - b) Jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- 2) Melihat nilai VIF :
  - a) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
  - b) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

Berdasarkan penjelasan tersebut, sesuai dengan tabel diatas nilai *Tolerance* yaitu  $0,851 > 0,10$  dan nilai VIF yaitu  $1,175 < 10,0$  maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*.

**Tabel IV. 10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS V. 21,0), 2018

Penjelasan mengenai pola *scatterplot* diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Maka kesimpulan pada pengujian ini adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan Durbin Watson yang dilihat dalam tabel Model Summary berikut ini :

**Tabel IV. 11**

**Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,339	3,56411	1,939

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS 21,0), 2018

Berdasarkan output diatas, diketahui nilai DW 1,939 selanjutnya nilai kita bandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%. Jumlah sampel  $N = 110$  dan jumlah variabel independen 2 ( $k = 2$ ) diperoleh nilai DL sebesar 1,6523 dan DU sebesar 1,7262. Nilai DW 1,939 dan kurang dari  $(4 - DU) 4 - 1,7262 = 2,2738$ . Nilai autokorelasi diantara  $1,7262 < 1,939 < 2,2738$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

#### 4. Uji Korelasi Ganda (*Multiple Correlate*)

Uji korelasi ganda bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh atau hubungan dua variabel yakni variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama dengan variabel lain yakni variabel loyalitas konsumen ( $Y$ ). Berikut ini merupakan hasil SPSS 21.0 korelasi ganda:

**Tabel IV. 12**  
**Hasil Uji Korelasi Ganda**

Correlations				
		Kualitas Produk	Harga	Loyalitas Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,384**	,530**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	110	110	110
Harga	Pearson Correlation	,384**	1	,452**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	110	110	110
Loyalitas Konsumen	Pearson Correlation	,530**	,452**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	110	110	110
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS 21,0), 2018

Berdasarkan hasil output uji korelasi ganda diatas dapat ditarik kesimpulan dengan merujuk pada dasar pengambilan keputusan uji korelasi. Berdasarkan nilai signifikansi dari output diatas diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) antara kualitas produk dan harga adalah  $0,000 < 0,05$

maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan itu berhubungan dengan variabel loyalitas konsumen.

Sedangkan berdasarkan tingkat keeratan hubungan dari hasil output diatas nilai *pearson correlation* kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,530 dan nilai *pearson correlation* harga terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,452. Hasil tersebut menyatakan bahwa hubungan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen merupakan kategori korelasi sedang. Hal ini dikarenakan terletak pada nilai *Person Correlation* 0,40-0,599.

## 5. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier ganda bertujuan untuk meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen (loyalitas konsumen), bila variabel independen (kualitas produk dan harga) sebagai faktor prediktor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya. Berikut merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS V. 21,0 :

**Tabel IV. 13**

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,775	2,614		3,739	,000
Kualitas Produk	,436	,088	,419	4,960	,000
Harga	,286	,084	,288	3,411	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS 21,0), 2018

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk dalam uji regresi ini adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 9,775 + 0,436 X_1 + 0,286 X_2$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa :

- a.  $\alpha = 9,775$  : artinya kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ( $= 0$ ) maka loyalitas konsumen adalah sebesar 9,775.
- b.  $\beta_1 = 0,436$  : artinya apabila kualitas produk ( $X_1$ ) naik 1 (satu) satuan dan variabel lainnya tetap maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 0,436.
- c.  $\beta_2 = 0,286$  : artinya apabila harga ( $X_2$ ) naik 1 (satu) satuan dan variabel lainnya tetap maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 0,286.

## 6. Pengujian Hipotesis

- a. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yakni kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap variabel dependen yakni loyalitas konsumen. Maka hasil uji F dengan menggunakan bantuan SPSS V. 21,0 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV. 14****Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	735,966	2	367,983	28,968	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1359,207	107	12,703		
	Total	2095,173	109			
a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk						

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS 21,0), 2018

Penarikan kesimpulan yang diperoleh dari data tersebut untuk mengetahui tingkat signifikansi adalah jika  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat hubungan. Sebaliknya, jika  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat hubungan. Pada hasil output uji F di atas diketahui bahwa nilai  $\text{sig} 0,000 < 0,05$  jadi kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat hubungan yang signifikan pada variabel tersebut.

Penarikan kesimpulan berikutnya untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen). Maka jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima artinya secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen. Sebaliknya jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pada output hasil Uji F diatas diketahui  $F_{hitung}$  28,968 sedangkan  $F_{tabel}$  diketahui  $F(k; n-k) = F(2;108) = 3,07$  jadi diketahui  $F_{tabel}$  yaitu 3,07. Berdasarkan  $F_{hitung} 28,968 > F_{tabel} 3,07$  maka kesimpulan yang diperoleh adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara bersama-sama variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

b. Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas produk dan harga) secara parsial terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen).

Perumusan Hipotesis :

1) Kualitas Produk ( $X_1$ )

$H_0$  : tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

$H_a$  : adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan loyalitas konsumen.

2) Harga ( $X_2$ )

$H_0$  : tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen.

$H_a$  : adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan loyalitas konsumen.

Hasil uji T dengan menggunakan SPSS 21,0 sebagai berikut:



Tabel IV. 15

## Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,775	2,614		3,739	,000
	Kualitas Produk	,436	,088	,419	4,960	,000
	Harga	,286	,084	,288	3,411	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS 21,0), 2018

Melalui perhitungan dengan menggunakan SPSS V 21,0 dapat diketahui sebagai berikut :

## 1) Kualitas Produk

Dari hasil perhitungan diketahui nilai signifikansi adalah  $0,000 < 0,05$  artinya lebih kecil dari nilai 0,05. Dan diperoleh nilai  $T_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk sebesar 4,960 dan diketahui bahwa  $T_{tabel} = t (\alpha / 2; n-k-1) = (0,025;107) = 1.984$ , jadi diperoleh  $t_{tabel}$  yaitu 1. 984. Dapat disimpulkan bahwa nilai variabel kualitas produk  $T_{hitung} 4,960 > t_{tabel} 1.984$  maka kesimpulannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas konsumen.

## 2) Harga

Dari hasil perhitungan diketahui nilai signifikansi adalah  $0,001 < 0,05$  artinya lebih kecil dari nilai 0,05. Dan diperoleh nilai  $T_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar 3,411 dan diketahui bahwa  $T_{tabel} = t(\alpha / 2; n-k-1) = (0,025; 107) = 1,984$ , jadi diperoleh  $t_{tabel}$  yaitu 1,984. Dapat disimpulkan bahwa nilai variabel harga  $T_{hitung} 3,411 > t_{tabel} 1,984$  maka kesimpulannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

## c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen (kualitas produk dan harga) dengan variabel dependen (loyalitas konsumen) dalam suatu persamaan regresi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV. 16

## Hasil Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,339	3,56411	,351	28,968	2	107	,000
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk									
b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen									

Sumber : Lampiran data diolah (Hasil SPSS 21,0), 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  (*R Square*) yaitu sebesar 0,351. Hal ini berarti 35,1 % loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 64,9 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian yang digunakan seperti kualitas pelayanan, emosional dan biaya yang diberikan.