

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Toko Phy Shop Jilbab Kudus

1. Nama Instansi dan Alamat

Nama Usaha	: Phy Shop Jilbab
Kudus	
Nama Pemilik	: Sulias
Anggianingsih	
Alamat Toko	: Jalan Raya Kudus-Colo, Depan Perum Muria Permai Utara PDAM Bae (toko sepatu dan sandal) Jeda 5 Rumah dari Toko Phy Shop Sepatu, ke arah Utara (toko Jilbab dan Baju)
Nama akun instagram	: @physhop_jilbabkudus @physhop_fashionkudus
Nomor telepon (jilbab dan baju)	: 082145169853
Tahun berdiri	: 2018

2. Sejarah Berdirinya Phy Shop Jilbab Kudus

Pada awalnya pemilik Phy Shop adalah karyawan dari salah satu pabrik di Kudus. Usaha ini dikelola oleh saudari Sulias Anggianingsih. Pada tahun 2015, berawal dari kebiasaan beliau yang suka berbelanja ke pasar sehingga timbul inisiatif untuk melakukan usaha sampingan. Beliau tertarik dengan menjual kembali sepatu dan sandal dari kios di pasar karena merasa dengan harga yang sangat terjangkau serta model yang begitu banyak, para wanita akan tertarik membeli sepatunya. Untuk

media promosinya yang pertama kali, Mbak Anggi menggunakan media sosial Facebook pribadinya dengan nama “Anggi Shop”. Karena pada saat itu Facebook menjadi salah satu media sosial yang paling digemari dan cukup populer.

Selang dua tahun berjalan, pada awal tahun 2017 Mbak Anggi membuat akun Instagram terbaru dengan *username* @Physhop_Kudus yang khusus menjual berbagai macam model sepatu dan tas. Dari hasil penjualan *online* tersebut akhirnya terkumpul modal sebesar 5 juta rupiah dan akan digunakan untuk membuka kios kecil. Mbak Anggi memakai bekas warung makan milik ibunya untuk dijadikan tempat berjualan sepatu dan sandal. Usaha bisnis Phy Shop semakin berkembang dan peminatnya semakin banyak. Selanjutnya bulan Desember 2017 dibuatlah akun Instagram yang khusus melayani tas, agar pelanggan semakin nyaman dan mudah memilih beragam model tas. Dan pada akhirnya awal Desember 2017 dibangunlah toko yang lebih besar lagi.¹

Selanjutnya satu tahun kemudian, pada bulan November 2018 dibuatlah akun Instagram yang khusus melayani baju dengan *username* @physhop_fashionkudus sekaligus didirikanlah toko baju dan jilbab yang tidak jauh dari toko sepatu dan tas. Dalam menjalankan usahanya, Phy Shop Jilbab memperkerjakan 11 orang karyawan yang mempunyai tugas dan peranan masing-masing. Tiap satu orang karyawan memegang tugas masing-masing diantaranya sebagai admin online shop, admin pengiriman paket, admin shopee, keamanan, kasir, klien.

¹ Hasil wawancara dengan Mbak Anggi selaku pemilik Phy Shop Jilbab Kudus pada tanggal 27 Agustus 2019.

Phy Shop Jilbab sendiri bekerja sama dengan *supplier* baju berasal dari Jakarta, sedangkan *supplier* jilbab berasal dari Bandung.

Seiring berjalan nya waktu, Phy Shop Jilbab Kudus menjadi semakin berkembang dan semakin konsisten untuk memasarkan produknya dengan cara *online* melalui media sosial Instagram dan Shopee. Bagi Phy Shop Jilbab, *followers* atau pengikut merupakan hal yang sangat penting karena pengikut adalah calon pembeli potensial yang tertarik dengan produk Phy Shop Jilbab. Untuk memasarkan produknya, *paid promote* dan melakukan *endorse*. Jasa *paid promote* dan *endorse* merupakan layanan jasa promosi berbayar yang bertujuan untuk menaikkan jumlah pengikut.

Dengan ketekunan, keuletan serta kesabaran dalam berbisnis juga tidak lupa selalu berdo'a kepada Allah SWT, Mbak Anggi yakin bahwa usahanya akan terus berkembang. Bahkan sekarang beliau sudah membangun toko hijab yang digabung dengan toko baju setelah membuka toko sebelumnya dan disewakan gudang khusus untuk melayani grosir.

3. Profil Toko Phy Shop Jilbab Kudus

Mbak Anggi memberikan nama usahanya “Phy Shop” bukan tanpa sebab dan alasan. Dibalik kata Phy ternyata mengandung makna tersendiri. Phy merupakan singkatan yang digagas oleh Mbak Anggi. “P” merupakan singkatan dari perjuangan, maksudnya adalah perjuangan beliau untuk menggapai sukses. “H” merupakan singkatan dari harapan, harapan untuk terus berkembang dan mencapai kesuksesan. Dan “Y” adalah singkatan dari kata “yakin”, yakin dalam berusaha dan berdo'a. Karena toko ini menjual produk-produk muslimah maka dinamakan Phy Shop Jilbab.

Mbak anggi sendiri menginginkan nama usahanya lebih baik mengandung do'a, karena menurut beliau semakin banyak orang menyebut Phy Shop Jilbab maka semakin banyak orang yang mendo'akan.²

4. Visi dan Misi Phy Shop Jilbab Kudus

Visi merupakan citra moral yang menggambarkan profil perusahaan yang diinginkan di mas mendatang. Dengan kata lain, visi adalah impian yang senantiasa diharapkan dapat terwujud. Sedangkan untuk mencapai visi tersebut, perlu merumuskan strategis yang disebut dengan misi. Misi adalah langkah-langkah strategis yang sengaja dirumuskan untuk tercapainya visi perusahaan. Diharapkan dengan langkah-langkah yang telah diformulasikan, visi dapat terwujud.

- a. Visi Phy Shop Jilbab Kudus
Membangun, meningkatkan serta terus mengembangkan usaha sehingga menjadi lebih besar dan bermanfaat bagi orang lain.
- b. Misi Phy Shop Jilbab Kudus
 - 1) Meningkatkan kualitas produk dan selalu *up to date* terhadap perkembangan sosial.
 - 2) Mengelola akun Instagram agar terlihat semenarik mungkin
 - 3) Memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan kepada konsumen.
 - 4) Menjunjung tinggi nilai-nilai dan etika dalam memasarkan produk kepada konsumen.
 - 5) Menjadikan jasa penyediaan dan pengiriman produk dengan cepat dan

² Hasil wawancara dengan Mbak Anggi selaku pemilik Phy Shop Jilbab Kudus pada tanggal 27 Agustus 2019.

tepat sesuai dengan kesepakatan (pesanan).

- 6) Mencipakan lapangan kerja serta menyejahterakan karyawan dan lingkungan sekitar.

5. Produk Phy Shop Jilbab Kudus

Selalu mengikuti perkembangan zaman dan menjual produk yang terjangkau dengan kualitas yang cukup baik adalah hal yang terus diperhatikan Phy Shop Jilbab Kudus untuk dapat menarik minat konsumen. Dengan model jilbab dan baju yang kekinian dengan harga *low budget* membuat Phy Shop Jilbab selalu dibanjiri pengunjung setiap harinya.

Adapun produk yang dijual Phy Shop Kudus Jilbab yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Produk Phy Shop Jilbab Kudus

No	Jenis Produk Jilbab	No	Jenis Produk Pakaian
1	Jilbab segi empat (motif dan polos)	1	Gamis (motif dan polos)
2	Jilbab bentuk Pashmina	2	Kaos polos (panjang dan pendek)
3	khimar	3	Baju Tunik
4	Bandana Rajut	4	Baju Kodokan
		5	<i>Sweater</i>
		6	Rajut
		7	Rok (span, plisket,dll)
		8	Celana Kulot
		9	Celana Baggy Pants
		10	<i>Cardigan (outer)</i>
		11	Blus
		12	Jaket

6. Proses Distribusi Barang Phy Shop Jilbab Kudus

Proses produksi merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan, yang mana hal tersebut juga telah dibahas dalam manajemen operasional dimana proses produksi merupakan pengubahan bahan baku menjadi barang jadi. Adapun Phy Shop Jilbab bertindak sebagai distributor yang membeli produk langsung kepada produsen dan menjualnya kembali dengan memiliki hak milik atas produk tersebut.

Adapun aliran distribusi pemasaran Phy Shop Jilbab Kudus yakni sebagai berikut:

- a. Pengumpulan informasi dan model terbaru
- b. Negosiasi dengan produsen mengenai harga dan bahan
- c. Pemesanan barang kepada produsen
- d. Barang sampai di toko
- e. Pengecekan dan penataan barang di gudang oleh karyawan
- f. Penataan barang di toko
- g. Pemotretan barang untuk keperluan promosi di media sosial
- h. Pengemasan barang untuk konsumen
- i. Barang siap dikirim melalui jasa pengiriman, COD atau pembelian langsung ke toko

7. Ketenagakerjaan Phy Shop Jilbab Kudus

Dalam kegiatan manajemen usaha atau bisnis yang dijalankan wirausaha, tenaga kerja merupakan salah satu faktor penting. Tenaga kerja merupakan faktor yang terpenting dalam sebuah perusahaan karena perusahaan yang besar pasti di dukung dengan tenaga kerja yang handal. Sekarang ini usaha Phy Shop Jilbab semakin berkembang pesat dan sudah memiliki 15 orang karyawan.

8. Kiat-kiat yang Dilakukan usaha Phy Shop Jilbab Kudus

Dalam era global seperti ini, persaingan antar perusahaan di pasar sangatlah ketat, hal ini dikarenakan semakin banyak perusahaan yang berdiri dalam bidang yang sama yaitu seperti toko serba 35 dan menyebar luas di pasaran. Sehingga hal ini menuntut untuk bersikap aktif dalam menghadapi persaingan yang ada.

Berkaitan dengan hal tersebut maka Phy Shop Jilbab Kudus memiliki cara atau kiat-kiat sebagai berikut:

- a. Menjaga mutu dan kualitas produk yang dijual
- b. Membina dan menjaga hubungan baik dengan partner kerja maupun konsumen
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen
- d. Selalu *up to date* terhadap produk-produk yang ada dengan kesan yang lebih baru
- e. Memberikan rangsangan bonus kepada karyawan agar lebih giat lagi dalam bekerja
- f. Memberikan *giveaway* kepada pelanggan agar tetap loyal.

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden di toko Phy Shop Jilbab disini sebagian besar adalah perempuan terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan. Disisi lain pasar sasaran yang diterapkan Phy Shop Jilbab ini adalah kalangan pelajar, mahasiswa dan karyawan karena lokasi toko yang sangat strategis juga memudahkan konsumen mengunjungi toko Phy Shop Jilbab.

2. Usia Responden

Data mengenai usia responden konsumen Phy Shop Jilbab Kudus yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	18 – 23	18	22,5%
2	24 – 29	38	47,5%
3	30 – 35	12	15%
4	36 – 41	12	15%
Jumlah		80	100%

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas, dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden berusia 24 – 29 tahun sebanyak 38 orang atau 47,5%, responden usia 18 -23 tahun sebanyak 18 orang atau 22,5%, sedangkan masing-masing responden 30 - 35 tahun dan 36 – 41 sebanyak 12 orang atau 15%.

3. Pendidikan Responden

Pendidikan yang ditempuh oleh responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3
Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SMA/MA/S MK	20	25%
2	Diploma	24	30%
3	S1	30	37,5%
4	S2	6	7,5%
Jumlah		80	100%

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Data tabel 4.4, terlihat bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu lulus S1

sebanyak 30 orang atau 37,5%, responden lulusan diploma sebanyak 24 orang atau 30%, responden SMA/MA/SMK sebanyak 20 orang atau 25%, responden S2 sebanyak 6 orang atau 7,5%.

4. Pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaan, responden terdiri atas lima kelompok, yaitu responden yang bekerja sebagai mahasiswa/pelajar, pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta dan lainnya yang seluruhnya berjumlah 80 responden.

Tabel 4.4
Dekripsi Pekerjaan Responden

N o	Pekerjaan	Juml ah	Presenta se (%)
1	Pelajar/Mahasi swa	38	47,5%
2	Pegawai Swasta	16	20%
3	Pegawai Negeri	14	17,5%
4	Wiraswasta	12	15%
5	lainnya	12	15%
Jumlah		80	100%

Sumber data: *Output SPSS yang diolah, 2019*

Data tabel 4.5 diatas, dpat diketahi bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 38 orang atau 47,5%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 16 orang atau 20%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri 14 orang atau 17,5%, sedangkan masing-masing responden yang bekerja sebagai wiraswasta dan lainnya sebanyak 12 orang atau 15%.

C. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden mengenai pengaruh harga, varian produk, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di toko Phy Shop Jilbab adalah sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1)

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden
Variabel Harga (X1)

Item	S	%	S	%	N	%	T	%	ST	%
X1.1	36	45	32	40	8	10	4	5	0	0
X1.2	38	47,5	26	32,5	14	17,5	2	2,5	0	0
X1.3	44	55	28	35	12	15	4	5	0	0
X1.4	30	37,5	38	47,5	10	12,5	2	2,5	0	0
X1.5	26	32,5	30	37,5	20	25	4	5	0	0

Sumber data: Output SPSS yang Diolah 2019

Hasil penelitian pengaruh harga menunjukkan bahwa pada item pertama, 45% responden menyatakan sangat setuju bahwa toko Phy Shop Jilbab menawarkan harga produk sesuai dengan persepsi konsumen, 40% responden menyatakan setuju, 10% responden yang memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa harga barang di toko Phy Shop Jilbab sudah tercantum di masing-masing tempat barang, 32,5% responden menyatakan setuju, 17,5% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden

menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 55% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen membeli Jilbab / pakaian di toko Phy Shop Jilbab Kudus karena banyak orang membeli disana yang harganya relatif terjangkau, 35% responden menyatakan setuju , 15% responden memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 37,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa banyak konsumen mempengaruhi keputusan membeli Jilbab / pakaian di toko Phy Shop Jilbab walaupun harga dengan toko lain sama, 47,5% responden menyatakan setuju, 12,5% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 32,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa harga mempengaruhi konsumen membeli jilbab / pakaian di Phy Shop Jilbab, 37,5% responden menyatakan setuju, 25% responden memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

2. **Varian Produk (X2)**

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Responden

Variabel Varian Produk (X2)										
Ite m	S S	%	S	%	N	%	T S	%	ST S	%
X2. 1	3 6	45	3 0	37, 5	1 0	12, 5	2	2,5	0	0
X2.	3	42,	3	40	1	15	2	2,5	0	0

2	4	5	2		2					
X2.	3	47,	3	37,	1	12,	2	2,5	0	0
3	8	5	0	5	0	5				
X2.	3	47,	2	36,	1	15	1	1,2	0	0
4	8	5	9	25	2			5		
X2.	3	48,	2	32,	1	15	3	3,7	0	0
5	9	75	6	5	2			5		
X2.	3	37,	3	43,	1	17,	1	1,2	0	0
6	0	5	5	75	4	5		5		

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2019

Hasil penelitian terhadap varian produk pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada item pertama, 45% responden menyatakan sangat setuju bahwa Jilbab / pakaian yang ada di toko Phy Shop Jilbab Kudus memiliki ukuran yang pas sesuai dengan konsumen, 37,5% responden menyatakan setuju, 12,5 responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 42,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa harga yang ditetapkan di Phy Shop Jilbab Kudus terjangkau untuk kalangan anak sekolah, 40% responden menyatakan setuju, 15% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa Phy Shop Jilbab memiliki tampilan model yang menarik dan kekinian, 37,5% responden menyatakan setuju, 12,5% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen merasa jilbab / pakaian di Phy Shop Jilbab Kudus memiliki tampilan yang beragam dan inovatif, 36,25% responden menyatakan setuju, 15% responden memilih bersikap netral, 1,25% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 48,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen merasa bahan yang digunakan sesuai dengan harga yang ditetapkan dan konsumen puas, 32,5% responden menyatakan setuju, 15% memilih bersikap netral, 3,75% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keenam, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa toko Phy Shop Jilbab Kudus selalu menawarkan beraneka macam bahan yang digunakan, 43,75% responden menyatakan setuju, 17,5% responden memilih bersikap netral, 1,25% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3. Kualitas Produk (X3)

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden

Variabel Kualitas Produk (X3)										
Item	S	%	S	%	N	%	T	%	ST	%
X3.1	36	45	33	41,25	10	12,5	1	1,25	0	0
X3.2	36	45	34	42,5	9	11,25	1	1,25	0	0
X3.3	38	47,5	32	40	8	10	2	2,5	0	0
X3.	4	53,	2	32,	9	11,	2	2,5	0	0

4	3	75	6	5		25				
X3.	4	51,	2	31,	1	13,	3	3,7	0	0
5	1	25	5	25	1	75		5		
X3.	2	36,	3	48,	1	13,	1	1,2	0	0
6	9	25	9	75	1	75		5		
X3.	3	38,	2	35	1	20	5	6,2	0	0
7	1	75	8		6			5		

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2019

Hasil penelitian terhadap kualitas produk pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada item pertama, 45% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen merasa produk Phy Shop Jilbab tidak mudah rusak dan bolong meski menggunakan aksesoris, peniti, maupun jarum pentul, 41,5% responden menyatakan setuju, 12,5% responden memilih bersikap netral, 1,25% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 36% responden menyatakan sangat setuju bahwa menurut konsumen jilbab / pakaian di Phy Shop memiliki kualitas kesesuaian (lembut dan nyaman dipakai) sehingga dapat memenuhi spesifikasi yang dijanjikan kepada konsumen, 42,5% responden menyatakan setuju, 11,25% responden memilih bersikap netral, 1,25% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa kualitas produk dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen, 40% responden menyatakan setuju, 10% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 53,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk di Phy Shop Jilbab adem saat dipakai karena bahannya memiliki kemampuan baik dalam menyerap keringat sehingga sesuai standar bahan yang digunakan pada daerah tropis, 32,5% responden menyatakan setuju, 11,25% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 51,25% responden menyatakan sangat setuju bahwa jilbab / pakaian yang ada di toko Phy Shop Jilbab Kudus sangat cocok digunakan untuk semua umur, 31,25% responden menyatakan setuju, 13,75% responden memilih bersikap netral, 3,75% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keenam, 36,25% responden menyatakan sangat setuju bahwa jilbab / pakaian yang tersedia di toko tertata dengan rapi dan bersih sehingga konsumen dengan mudah mencari barang yang dicari, 48,75% responden menyatakan setuju, 13,75% responden memilih bersikap netral, 1,25% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketujuh, 38,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa kualitas produk yang ditawarkan Phy Shop Jilbab Kudus tidak memiliki kecacatan, 35% responden menyatakan setuju, 20% responden memilih bersikap netral, 6,25% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.8
Hasil Jawaban Responden

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										
Ite m	S S	%	S	%	N	%	T S	%	ST S	%
Y1	3 8	47, 5	3 0	37, 5	8	10	4	5	0	0
Y2	4 0	50	3 0	37, 5	8	10	2	2,5	0	0
Y3	3 8	47, 5	2 6	32, 5	1 2	15	4	5	0	0
Y4	3 0	37, 5	3 9	48, 75	1 0	12, 5	2	2,5	0	0
Y5	2 9	36, 25	3 0	37, 5	1 8	22, 5	3	3,7 5	0	0

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2019

Hasil penelitian terhadap kepuasan konsumen pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada item pertama, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa kenyataan yang konsumen peroleh pada saat berbelanja di toko Phy Shop Jilbab Kudus sesuai dengan yang diharapkan, 37,5% responden menyatakan setuju, 10% responden memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 50% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen puas dengan pelayanannya dan akan berlangganan di toko Phy Shop Jilbab, 37,5% responden menyatakan setuju, 10% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 47,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen

bersedia merekomendasikan pada teman atau keluarga karena produknya sangat bagus dengan harga terjangkau, 32,5% responden menyatakan setuju, 15% responden memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 37,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan di toko Phy Shop Jilbab karena membantu sekali mencari barang yang dicari, 48,75% responden menyatakan setuju, 12,5% responden memilih bersikap netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 36,25% responden menyatakan sangat setuju bahwa secara keseluruhan konsumen puas berbelanja di toko Phy Shop Jilbab Kudus, 37,5% responden menyatakan setuju, 22,5% responden memilih bersikap netral, 3,75% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

D. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Penerapan uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama.

Pengukuran uji validitas dihitung dengan menggunakan sampel berjumlah 80 responden. Pengukuran bisa dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.³ Pada penelitian ini penentuan r tabel didapat dengan rumus $df=(n-2)$ yakni $80-2 = 78$ sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 2199. Hasil uji validitas setiap variabel tersaji dalam tabel 4.9 – 4.12.

Uji validitas dan realibilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut :



³Duwi Prayitno,*Paham Analisia Statistik Data Dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hlm. 81

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Harga

No	Variabel	<i>Pearson Corelation</i>	R tabel	Keterangan
1	Harga (X1)	.631	0,2199	Valid
2		.757	0,2199	Valid
3		.707	0,2199	Valid
4		.692	0,2199	Valid
5		.737	0,2199	Valid

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Varian Produk

No	Variabel	<i>Pearson Corelation</i>	R tabel	Keterangan
1	Varian Produk (X2)	.823	0,2199	Valid
2		.812	0,2199	Valid
3		.792	0,2199	Valid
4		.802	0,2199	Valid
5		.690	0,2199	Valid
6		.563	0,2199	Valid

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Variabel	Pearson Corelation	R tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk (X3)	.796	0,2199	Valid
2		.792	0,2199	Valid
3		.743	0,2199	Valid
4		.781	0,2199	Valid
5		.678	0,2199	Valid
6		.619	0,2199	Valid
7		.795	0,2199	Valid

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Tabel 4.12
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

No	Variabel	Pearson Corelation	R tabel	Keterangan
1	Kepuasan Konsumen (Y)	.609	0,2199	Valid
2		.751	0,2199	Valid
3		.710	0,2199	Valid
4		.690	0,2199	Valid
5		.744	0,2199	Valid

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai

goodness of measure. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefesien *Alpha Cronbach*, apabila koefesien $\alpha > 0.60$ maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas. Hasil uji reliabilitas setiap variabel akan disajikan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	793	Reliabel
Varian Produk (X2)	851	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	782	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	793	Reliabel

Sumber data: *Output SPSS yang diolah, 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* $> 0,60$, dengan demikian variabel dapat dikatakan reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut:

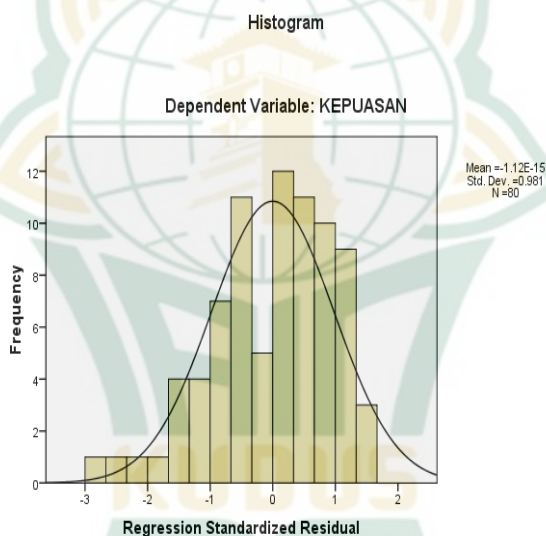
1. Uji Normalitas

Asumsi *ordinary least square* selanjutnya adalah normalitas data. Uji normalitas dilakukan dalam rangka untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya memiliki distribusi data secara normal apa tidak.

Model yang baik adalah jika data terdistribusi secara normal.

Hasil pengujian normalitas data sebagaimana ditunjukkan dalam output SPSS menunjukkan bahwa data penelitian adalah normal. Untuk memberikan gambaran secara lebih jelas, ditunjukkan dalam gambar berikut ini:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram
Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

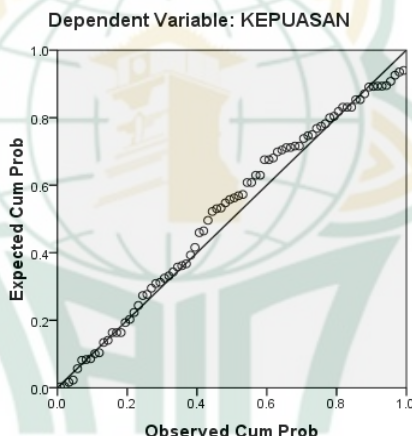


Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019
Asumsi *ordinary least square* selanjutnya adalah normalitas data. Uji normalitas dilakukan dalam rangka untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya memiliki distribusi data secara normal apa tidak. Model yang baik adalah jika data terdistribusi secara normal.

Hasil pengujian normalitas data sebagaimana ditunjukkan dalam output SPSS menunjukkan bahwa data penelitian adalah normal. Untuk memberikan gambaran secara lebih jelas, ditunjukkan dalam gambar berikut ini:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normal Plott

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Gambar normal plot tersebut diatas menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal, yaitu tersebar disepanjang garis diagonal dengan tidak membentuk pola tertentu. Untuk itu dapat dinyatakan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala

multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	.230	4.351
Varian Produk (X2)	.118	8.500
Kualitas Produk (X3)	.132	7.592

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

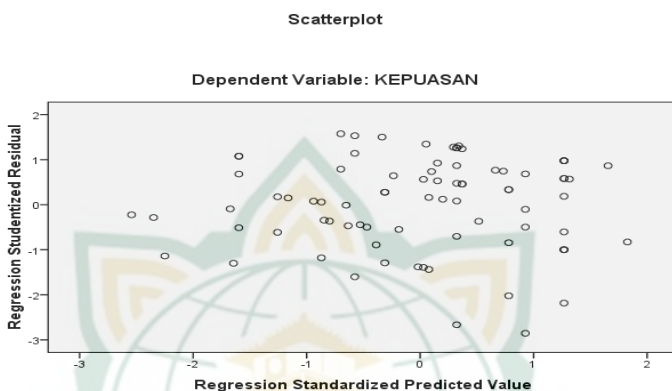
Hasil pengujian multikolinearitas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu Harga, Varian Produk, Kualitas Produk, karena nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 dan semua nilai VIF kurang dari angka 10.

Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas, artinya tidak terjadi hubungan linear antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Scatterplot



Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Analisis hasil output SPSS di atas didapatkan titik-titik menyebar di bawah dan di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur, jadi kesimpulannya variabel bebas di atas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Asumsi klasik selanjutnya adalah autokorelasi. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah model ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Adapun hasil pengujian autokorelasi ditunjukkan dalam tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary

Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
2.579	1.945

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari hasil pengujian nilai autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 1.945 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah responden 80 orang dan jumlah variabel bebas 3, maka diperoleh dL 1,5600 dan nilai dU 1,7153 oleh karena itu nilai DW 1.945 diantara $dU < DW < 4 - dU$ yaitu $(1,7153 < 1,945 < 2,2847)$ maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi.

F. Uji Statistik

1. Uji Koefisien Determinasi

Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah kepuasan konsumen, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah harga (X1), varian produk (X2), dan Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y) perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y Kualitas produk (X3). Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.765	.703	2.579

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji SPSS diatas, bahwa koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah 703 atau 70,3%. Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan dari tiga variabel independen yag terdiri dari harga, varian produk dan kualitas produk. Sedangkan sisanya $100\% - 70,3\% = 0,297$ atau 29,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi liniear berganda ini digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh harga, varian produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus dengan variabel bebas meliputi pengaruh harga, varian produk dan kualitas produk dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Analisis Statistik

Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	16.334
	HARGA (X1)	.416
	VARIAN PRODUK (X2)	.585
	KUALITAS PRODUK (X3)	.438

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh harga, varian produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 16.334 + 0.416X_1 + 0.585X_2 + 0.438X_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan tingkat signifikansi α 0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta atau titik potong X dengan Y mempunyai nilai sebesar 16.334. Artinya jika tidak ada variabel Harga (X1), Varian Produk (X2) dan Kualitas Produk (X3) yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 16.334.
- b. Variabel harga (X1) mempunyai pengaruh positif karena nilai koefisien harga (X1) positif sebesar 0.416. Artinya variabel harga (X1) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Apabila variabel Harga (X1) naik 1 satuan maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0.416 dan apabila variabel harga (X1) turun 1 satuan maka kepuasan konsumen akan turun sebesar 0.416.
- c. Variabel Varian Produk (X2) mempunyai pengaruh positif karena nilai koefisien Varian Produk (X2) positif sebesar 0.585. Artinya variabel Varian Produk (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Apabila variabel Varian Produk (X2) naik 1 satuan maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0.585 dan apabila variable Varian Produk (X2) turun 1 satuan maka keputusan orang tua akan turun sebesar 0.585.

- d. Variabel distingsi kualitas produk (X3) mempunyai pengaruh positif karena nilai koefisien kualitas produk (X3) positif sebesar 0,438. Artinya variabel kualitas produk (X3) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Apabila variabel kualitas produk (X3) naik 1 satuan maka keputusan orang tua akan naik sebesar 0,438 dan apabila variabel kualitas produk (X3) turun 1 satuan maka keputusan orang tua akan turun sebesar 0,438.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengukur variabel bebas yang terdiri dari harga (X1), varian produk (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan dilihat dari sig dan nilai t hitung. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t *hitung* dari olah data SPSS.

Tabel 4.18
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.334	2.456		6.651	.000
HARGA (X1)	.416	.225	.423	2.851	.004
VARIAN PRODUK (X2)	.815	.245	.222	7.550	.003
KUALITAS PRODUK (X3)	.830	.192	.056	3.199	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

1) Harga

Dalam pengujian variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 80-3-1 = 76$ diperoleh $t_{tabel} = 1.99167$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai sig sebesar 004 dan t_{hitung} sebesar 2.851. Dengan demikian, sig kurang dari alpha ($004 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2.851 > 1.99167$) seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, nilai sig dan t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko

Phy Shop Jilbab Kudus, sehingga **H₁ diterima.**

2) Varian Produk

Dalam pengujian variabel varian produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 80-3-1 = 76$ diperoleh $t_{tabel} = 1.99167$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai sig sebesar 003 dan t_{hitung} sebesar 7.550. Dengan demikian, sig kurang dari alpha ($003 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($7.550 > 1.99167$) seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, nilai sig dan t_{hitung} berada pada daerah H0 ditolak dan H2 diterima, artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus, sehingga **H₂ diterima.**

3) Kualitas Produk

Dalam pengujian variabel kualitas produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 80-3-1 = 76$ diperoleh $t_{tabel} = 1.99167$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai sig sebesar 001 dan t_{hitung} sebesar 3.199. Dengan demikian, sig kurang dari alpha ($001 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3.199 > 1.99167$) seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, nilai sig dan t_{hitung} berada pada daerah H0 ditolak dan H3

diterima, artinya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus, sehingga **H₃ diterima.**

b. Uji F

Uji simulatan F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan signifikasi sebesar 5%. Kriteria pengujian untuk uji F adalah apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H₀ diterima sedangkan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak. F *tabel* dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikasi 5%, maka $df = (n-k-1) = (80-3-1) = 76$ maka diperoleh hasil untuk F *tabel* sebesar 2.72. Secara lebih rinci hasil *f hitung* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.090	3	16.030	2.809	.000 ^a
	Residual	505.798	76	6.655		
	Total	553.888	79			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X3), HARGA (X1), VARIAN PRODUK (X2)

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari uji ANOVA atau F test, diperoleh *F hitung* 2.809 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($2.809 > 2.72$), probabilitas signifikasinya 0,000 jauh dibawah 0,05. Hal ini berarti H_4 yang berbunyi “ terdapat pengaruh harga, varian produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus diterima dan H_0 ditolak. Jadi, model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa variabel harga, varian produk dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab antara lain:

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Phy Shop Jilbab Kudus

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai *t hitung* lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *t tabel* ($2.851 > 1.99167$). Oleh karena itu, *t hitung* berada di daerah tolak (H_0), yang artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Sehingga hipotesis kedua diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Phy Shop Jilbab Kudus.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Prasetyo dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, yang mengungkapkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Varian Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Phy Shop Jilbab Kudus

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel varian produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($7.550 > 1.99167$). Oleh karena itu, t_{hitung} berada di daerah tolak (H_0), yang artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Sehingga hipotesis kedua diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara varian produk terhadap kepuasan konsumen Phy Shop Jilbab Kudus.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titik Efnita dengan judul Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer, yang mengungkapkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Phy Shop Jilbab Kudus

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil

hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($3.199 > 1.99167$). Oleh karena itu, t_{hitung} berada di daerah tolak (H_0), yang artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sehingga hipotesis ketiga diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Phy Shop Jilbab Kudus.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dita Putri Anggraeni dkk dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, yang mengungkapkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

