

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran obyek penelitian

a. Sejarah singkat

Muria Elektronik merupakan toko offline berbasis penjualan perangkat elektronik yang berhubungan dengan alat elektronik rumah tangga, lampu, kabel, alat listrik, aksesoris elektronik dan sebagainya. Toko Muria Elektronik berdomisili di Kayen Kabupaten Pati.

Sebagai salah satu toko elektronik terbesar di Kayen, Muria Elektronik terus meningkatkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pihaknya. Bagian yang semakin fokus diperbaiki adalah pelayanan. Muria elektronik berusaha melayani dengan pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan.

Pelayanan terbaik yang diberikan oleh Toko Muria Elektronik adalah dengan mengembangkan lokasi toko offline di lokasi-lokasi yang strategis di sekitar Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Seiring berjalannya waktu, Toko Muria Elektronik ini juga berhasil menarik banyak konsumen online dan offline. Terutama respon positif dari konsumen, mereka membujuk untuk mencoba menyediakan peralatan elektronik yang murah.

Mengambil pendekatan dengan hanya menyediakan layanan perbaikan peralatan elektronik. Namun, karena permintaan pelanggan di Kayen dan sekitarnya yang meningkat, toko membuka layanan penjualan peralatan elektronik baru. Setelah itu, hingga tahun 2010, Muria Elektronik menyediakan peralatan elektronik dan aksesoris terkait elektronik lainnya, seperti lampu dan kabel.

Kemudian membuka cabang di kecamatan tambakromo. Selama ini banyak konsumen yang mempercayakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perangkat elektronik pada toko Muria Elektronik. Nah, dalam arti luas, anda dapat menggunakan Muria Elektronik sebagai pilar untuk

memasok berbagai peralatan elektronik rumah tangga, dan lain-lain. Anda dapat dengan mudah memesan dan pihak Toko akan mengirimkan dari toko, dan menjamin pengiriman ke depan pintu anda.

Toko Muria Elektronik ini dipimpin oleh pemilik sekaligus pendiri toko yaitu bapak mulyadi, toko Muria Elektronik ini beralamat di kios nomor 21-23 pasar Kayen baru kecamatan Kayen kabupaten pati. Nama toko ini sebenarnya tidak mempunyai makna yang berarti nama Muria Elektronik ini terlintas begitu saja saat sedang melakukan ziarah atau wisata religi di sunan muria kudus. Logo pada toko Muria Elektronik ini dirancang secara simple dan mudah diingat oleh konsumen dengan menulis tulisan muria dengan huruf kapital saja.¹

b. Visi Misi

Tujuan utama dari toko Muria Elektronik terbagi kedalam dua hal yaitu : tujuan berjangka panjang dan pendek. Untuk tujuan berjangka pendek, perusahaan berharap dapat mencapai tujuan sebagai berikut:

- 1) Menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau demi memuaskan pelanggan.
- 2) Mendistribusikan produknya secara seimbang di setiap area pemasaran dengan tepat, dan selalu menjaga ketersediaan produk.

Sementara itu, dari tujuan sisi yang berjangka panjang Muri Elektronik ialah:

- 1) Mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mencari pelanggan untuk mencapai tujuan akhir pemasaran, yaitu terpenuhinya daya saing yang tinggi.
- 2) Mendapatkan keuntungan yang maksimal, sehingga dapat menjaga kelangsungan toko.²

2021 ¹Wawancara yang dilakukan penulis dengan bapak mulyadi maret

2021 ² Wawancara yang dilakukan penulis dengan bapak mulyadi maret

c. Produk

Toko Muria Elektronik menjual berbagai barang elektronik, lampu dan aksesoris elektronik lainnya. Salah satu produk unggulan dan terlaris toko Muria Elektronik adalah elektronik rumah tangga misalnya lemari es dan mesin cuci. Produk yang dijual toko Muria Elektronik terdiri dari berbagai macam merk dan tipe sehingga konsumen bisa leluasa memilih produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Range harga produk pada toko Muria Elektronik ini sangat bervariasi dari harga termurah hingga yang termahal semua tersedia disini. Selain produk elektronik besar, toko ini juga menyediakan berbagai jenis lampu, kabel dan saklar juga aksesoris elektronik lainnya, Selain barang elektronik toko Muria Elektronik ini juga menjual Kasur dan springbed. ³

2. Gambaran umum responden

a. Jenis kelamin

Responden dikelompokan berdasarkan jenis kelamin untuk memudahkan kita meninjau salah satu faktor apakah laki-laki atau perempuan yang lebih sering membeli alat elektronik. Berikut data pelanggan untuk mengetahui jenis kelamin responden maka akan dijelaskan melalui tabel 4.1:

Tabel 4. 1 Tabel Statistik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin⁴

Jenis Kelamin	Kuantitas	Persen
Laki-laki	40	46,5%
Perempuan	46	53,5%
Jumlah	86	100%

Sumber : data primer yang diolah 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya konsumen pada toko Muria Elektronik Kayen memiliki 40 orang atau setara dengan 46,5% konsumen laki-laki dan 46 orang atau setara dengan

³ Wawancara yang dilakukan penulis dengan bapak mulyadi maret 2021

⁴ Hasil olah data SPSS deskripsi responden lihat berdasarkan jenis kelamin 2021

53,5% konsumen perempuan dengan jumlah responden sebanyak 86 orang.

b. Umur

Dalam kelompok usia, deskriptif responden dibagimenjadi 3 jenis klasifikasi, diantaranya adalah responden dengan usia < 20 tahun, 20-40 tahun dan >40 tahun. Adapun deskripsi responden adalah sebagai tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Tabel Statistik Responden Berdasarkan Usia⁵

Usia	Kuantitas	Persen
<20	21	24,4%
20-40	59	68,6 %
>40	6	7%
Jumlah	86	100%

Sumber: Data primer diolah SPSS tahun 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya konsumen pada Toko Muria Elektronik Kayen memiliki 21 orang atau setara dengan 24,4% konsumen yang berumur <20 tahun, 59 orang atau setara dengan 68,6% konsumen yang berusia 20-40 tahun, dan 6 orang atau setara dengan 7% konsumen yang berusia >40 tahun. Dengan total responden sebanyak 86 konsumen.

c. Frekuensi pembelian

Deskripsi responden dalam klasifikasi frekuensi penelitian, peneliti membaginya dalam tiga kategori frekuensi. Adapun untuk mengetahui frekuensi pembelian yang dilakukan konsumen toko

⁵ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari umur 2021

Tabel 4. 3 Tabel Statistik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian⁶

Banyaknya Pembelian Berulang	Kuantitas	Persen
<5	80	93%
5-10	4	4,7%
>10	2	2,3%
Jumlah	86	100%

Sumber: data diolah tahun 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya frekuensi pembelian yang dilakukan konsumen toko Muria Elektronik Kayen adalah sebanyak 80 orang atau setara dengan 93% yang membeli sebanyak <5 kali, 4,7% atau setara dengan 4 orang yang melakukan pembelian sebanyak 5-10 kali, dan 2 orang atau setara dengan 2,3% konsumen yang melakukan pembelian berulang sebanyak >10 kali. Dengan total responden sebanyak 86 orang.

d. Pendidikan terakhir

Peneliti membagi dalam 5 jenis klasifikasi pendidikan untuk deskripsi responden, responden dengan lulusan SD, SMP, SMA, S1 dan. Pascasarjana adalah klasifikasi yang masuk dalam deskripsi responden. Adapun deskripsi responden berdasarkan pendidikan ialah sebagai berikut: untuk mengetahui pendidikan terakhir para konsumen toko Muria Elektronik Kayen maka akan dijelaskan pada tabel 4.4:

⁶ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari frekuensi pembelian 2021

Tabel 4. 4 Tabel Statistik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir⁷

Pendidikan Terakhir	Kuantitas	Persen
SD	5	5,8%
SMP	15	17,5%
SMA	51	59,3%
Sarjana	10	11,6%
Pascasarjana	5	5,8%
Jumlah	86	100%

Sumber: data diolah pada tahun 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya pendidikan terakhir konsumen toko Muria Elektronik adalah 5,8% konsumen berpendidikan terakhir sd, sebanyak 17,5% berpendidikan smp, 59,3% berpendidikan sma, 11,6% berpendidikan sarjana, dan sebanyak 5,8% berpendidikan pascasarjana. Dengan total responden sebanyak 86%.

e. **Profesi**

Deskripsi responden dalam klasifikasi profesi, peneliti membaginya dalam enam klasifikasi adapun untuk mengetahui profesi konsumen toko Muria Elektronik Kayen, maka akan dijelaskan pada tabel 4.

Tabel 4. 5 Tabel Statistik Responden Berdasarkan Profesi⁸

Profesi	Kuantitas	Persen
Pelajar	11	12,7 %
Pegawai	17	19,7 %
Wiraswasta	19	22,4%
Ibu rumah tangga	17	19,7 %
Lain-lain	22	25,5 %
Jumlah	86	100%

Sumber: data diolah pada tahun 2021

⁷ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari pendidikan terakhir 2021

⁸ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari profesi 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya konsumen toko Muria Elektronik memiliki konsumen 12,7% masih pelajar, 19,7% pegawai, 22,4% wiraswasta, 19,7% ibu rumah tangga,25,5% lain-lain. Dengan total jumlah responden sebanyak 86 orang.

3. Deskripsi Data Penelitian

a. Variabel Atribut Kualitas Produk X1

hasil jawaban responden dari penyebaran kuesioner terhadap 86 orang konsumen pada toko muria elektronik Kayen, yang membeli produk muria elektronik pada tanggal 1 sampai tanggal 30 maret, tentang variabel kualitas produk akan dilakukan analisis sebagaimana yang terdapat pada tabel 4.6

Tabel 4. 6 Tabel frekuensi Atribut kualitas produk Variabel (X1)⁹

ITEM	Total STS	%	Total TS	%	Total KS	%	Total S	%	Total SS	%
X1.1	0	0 %	0	0%	0	0%	69	80,3 %	17	19,7 %
X1.2	0	0 %	0	0%	0	0%	70	81,4 %	16	18,6 %
X1.3	0	0 %	0	0%	0	0%	66	76,7 %	20	23,3 %
X1.4	0	0 %	0	0%	2	2,3 %	64	74,4 %	20	23,3 %
X1.5	0	0 %	0	0%	0	0%	63	73,3 %	23	26,7 %
X1.6	0	0 %	0	0%	0	0%	62	72,1 %	24	27,9 %
X1.7	0	0 %	0	0%	0	0%	73	84,8 %	13	15,2 %
X1.8	0	0 %	0	0%	0	0%	70	81,4 %	16	18,6 %
X1.9	0	0 %	0	0%	0	0%	72	83,7 %	14	16,3 %

⁹ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden tentang frekuensi atribut kualitas produk (X1) 2021

X1.1 0	0	0 %	0	0%	4	4,7 %	70	81,4 %	12	13,9 %
X1.1 1	0	0 %	0	0%	0	0%	63	73,3 %	23	26,7 %
X1.1 2	0	0 %	2	2,3 %	0	0%	63	73,2 %	21	24,5 %
X1.1 3	0	0 %	1	1,2 %	2	2,3 %	63	73,2 %	20	23,3 %

Sumber: Hasil olah data berdasarkan variabel atribut kualitas produk oleh SPSS 2021

Tabel 4.6 diatas dapat dijelaskan dengan uraian berikut:

Pada variabel kualitas produk memperlihatkan bahwasannya kecenderungan responden memilih setuju dengan nilai tertinggi yaitu sebesar 84,8 %, yang berarti bahwa kualitas produk yang diberikan oleh Toko Muria Elektronik mampu memberikan ketertarikan konsumen dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara umum tentang kebutuhan elektronik.

b. Variabel Atribut Kualitas Pelayanan X2

Hasil jawaban responden dari penyebaran kuesioner terhadap 86 orang konsumen pada toko muria elektronik Kayen, yang membeli produk muria elektronik pada tanggal 1 sampai tanggal 30 maret tentang variabel kualitas pelayanan akan dilakukan analisis sebagaimana yang terdapat pada tabel 4.

Tabel 4. 7 Tabel frekuensi kualitas pelayanan Atribut Variabel (X2)¹⁰

Item	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al KS	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
X1.1	0	0 %	1	1, 2	0	0%	64	74,4 %	21	24,4 %
X1.2	0	0 %	0	0 %	2	2,3	64	74,4 %	20	23,3 %
X1.3	0	0 %	0	0 %	0	0%	60	69,7	26	30,3

¹⁰ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden tentang frekuensi atribut kualitas pelayanan (X2) 2021

		%		%			%		%	
X1.4	0	0%	0	0%	0	0%	65	75,6%	21	24,4%
X1.5	0	0%	0	0%	0	0%	72	83,7%	14	16,3%
X1.6	0	0%	0	0%	3	3,5	64	74,4%	19	22,1%
X1.7	0	0%	0	0%	0	0%	72	83,7%	14	16,3%
X1.8	0	0%	1	1,2	2	2,3	66	76,7%	17	19,8%
X1.9	0	0%	0	0%	0	0%	73	84,8%	13	15,2%
X1.1 0	0	0%	1	1,2	3	3,5	62	72%	20	23,3%
X1.1 1	0	0%	0	0%	0	0%	64	74,4%	22	25,6%
X1.1 2	0	0%	0	0%	5	5,8	62	72,1%	19	22,1%

Sumber : Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel kualitas pelayanan

Pada tabel 4.7 diatas dapat dijelaskan dengan uraian berikut:

Pada variabel kualitas pelayanan menjelaskan bahwa pada nilai rata-rata pada jawaban responden menunjukkan bahwa kecenderungan menjawab setuju. Hal ini menunjukkan gambaran bahwa kualitas pelayanan pada toko Muria Elektronik sesuai dengan harapan responden, pelayanan karyawan,garansi barang serta kebersihan toko memberikan kenyamanan pada pelanggan menjadi unggulan dan harus dipertahankan oleh Toko Muria Elektronik.

c. Variabel Atribut Kepuasan Konsumen Y3

Hasil jawaban responden dari penyebaran kuesioner terhadap 86 orang konsumen pada toko Muria elektronik Kayen, yang membeli produk muria elektronik pada tanggal 1 sampai tanggal 30 maret tentang variabel kualitas pelayanan akan dilakukan analisis sebagaimana yang terdapat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Tabel frekuensi kepuasan konsumen variabel (Y)¹¹

Item	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al KS	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
Y1	0	0%	1	1,2%	0	0%	63	73,2%	22	25,6%
Y2	0	0%	1	1,2%	0	0%	65	75,5%	20	23,3%
Y3	0	0%	0	0%	5	5,8%	61	70,9%	20	23,3%
Y4	0	0%	0	0%	0	0%	56	52,1%	30	34,9%
Y5	0	0%	0	0%	0	0%	61	70,9%	25	29,1%
Y6	0	0%	0	0%	5	5,8%	61	70,9%	20	23,3%
Y7	0	0%	1	1,2%	3	3,5%	61	70,9%	21	24,4%
Y8	0	0%	0	0%	6	7%	60	69,7%	20	23,3%

Sumber: hasil olah data SPSS 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel kepuasan konsumen kecenderungan responden rata-rata menjawab setuju. Dengan hal ini menunjukkan gambaran bahwa kepuasan konsumen yang diberikan oleh Toko Muria Elektronik sesuai dengan harapan konsumen. Kemudahan dalam melakukan transaksi, kinerja manajemen toko yang baik, variasi produk dan harga produk yang terjangkau dan dapat bersaing menjadi beberapa unggulan pada toko Muria Elektronik, sehingga harus terus ditingkatkan dan dipertahankan.

4. Analisis data

a. Uji validitas

Tujuan dilakukannya uji validitas yaitu mengetahui validitas kuesioner. Angket dikatakan valid jika mampu mengungkapkan isi yang sedang

¹¹ Hasil olah data SPSS berdasarkan deskripsi responden tentang frekuensi atribut kepuasan konsumen (y) 2021

diukur melalui pertanyaan yang disajikan. Uji signifikansi tabel korelasi dengan koefisien 0,05 Jika hasil r hitung diperoleh r tabel pada saat signifikansi 0,05 maka membuktikan kevalidan dari tiap pertanyaan.¹² Hasil uji validitas ditunjukkan oleh tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Question	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kualitas produk (X1)	X1.1	0,231	0,209	Valid
		X1.2	0,383	0,209	Valid
		X1.3	0,396	0,209	Valid
		X1. 4	0,472	0,209	Valid
		X1. 5	0,422	0,209	Valid
		X1. 6	0,505	0,209	Valid
		X1. 7	0,365	0,209	Valid
		X1. 8	0,376	0,209	Valid
		X1. 9	0,395	0,209	Valid
		X1. 10	0,365	0,209	Valid
		X1. 11	0,295	0,209	Valid
		X1. 12	0,416	0,209	Valid
		X1. 13	0,488	0,209	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)	X2. 1	0,481	0,209	Valid
		X2. 2	0,401	0,209	Valid
		X2. 3	0,451	0,209	Valid
		X2. 4	0,435	0,209	Valid
		X2. 5	0,444	0,209	Valid
		X2. 6	0,525	0,209	Valid
		X2. 7	0,414	0,209	Valid
		X2. 8	0,325	0,209	Valid
		X2. 9	0,290	0,209	Valid
		X2. 10	0,324	0,209	Valid
		X2. 11	0,383	0,209	Valid
		X2. 12	0,456	0,209	Valid
3	Kepuasan	Y1	0,242	0,209	Valid
		Y2	0,378	0,209	Valid
		Y3	0,388	0,209	Valid
		Y4	0,507	0,209	Valid

¹² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), 95.

Konsumen (Y)	Y5	0,476	0,209	Valid
	Y6	0,466	0,209	Valid
	Y7	0,450	0,209	Valid
	Y8	0,359	0,209	Valid

Sumber : data primer diolah SPSS 2021

Dari Tabel 4.1 diatas merupakan hasil uji validitas. Dalam penelitian ini digunakan 86 orang yang diwawancarai dengan Alpha 0,05, dan r tabel 0,209 Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung tiap indeks variabel dalam tabel lebih besar dari r tabel: 0,209. Karena nilai masing-masing indikator variabel membuktikan r hitung r tabel sampai hasilnya menunjukkan apakah semua indikator valid.

b. Uji reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur kuesioner dengan menggunakan indikator yang diambil dari variabel konstruknya. Jika jawaban yang diberikan pada tiap waktu tidak mengalami perubahan maka suatu kuesioner dikatakan reliabel atau profesional. Dalam riset ini akan digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas kuesioner. Jika hasil koefisien Alpha > 0, 6 maka bisa disimpulkan bahwasanya kuesioner yang digunakan reliabel. Jika hasil koefisien Alpha < 0, 6, maka bisa disimpulkan bahwasanya kuesioner yang digunakan tidak reliabel. Tabel 4.10 berikut menunjukkan hasil uji reliabilitas data.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Koefisien Alpha	Status
Kualitas Produk X1	0,833	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan X2	0,853	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen Y	0,770	0,60	Reliabel

Sumber : data primer diolah SPSS 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya seluruh variabel yang dipakai melebihi 0,6 yang berarti seluruh kuesioner reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas dan dapat diketahui dengan memperhatikan nilai VIF pada setiap variabel bebas. Jika nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas dalam model regresi.¹³ Hasil uji multikolinieritas bisa ditunjukkan pada tabel 4.11:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,018	2,458		2,856	,005		
	TOTAL_X1	,130	,068	,215	1,914	,059	,390	2,564
	TOTAL_X2	,384	,073	,588	5,224	,000	,390	2,564

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber data: data diolah SPSS 2021

Melalui tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwasannya pengujian multikolinearitas bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 yang menunjukkan bahwa model regresi yang dilakukan dalam riset tidak terdapat unsur multikolinearitas.

2) Uji autokorelasi

Tujuan Uji autokorelasi ialah mengetahui korelasi kesalahan perancu pada periode t dengan kesalahan perancu pada periode t-1 (Sebelumnya). Jika ada korelasi maka disebut terdapat autokorelasi.¹⁴

¹³ Imam Ghozali, 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, 106

¹⁴ Imam Ghozali, 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, 110

Tabel 4. 12 Hasil uji autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,768 ^a	0,590	0,580	1,561	2,106
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1					
b. Dependent Variable: TOTAL_Y					

Sumber: Data primer diolah SPSS 2021

Salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui autokorelasi adalah uji *Durbin Watson (Dw Test)*, dengan aturan bahwasannya jika $du < dw < 4-du$. Sedangkan hasil riset yang di dapatkan yaitu:

Tabel 4. 13 Nilai Durbin Watson

Koefisien	Nilai
<i>Durbin Watson</i>	2.106
Dl	1.602
Du	1.697

Sumber: data penelitian diolah SPSS 2021

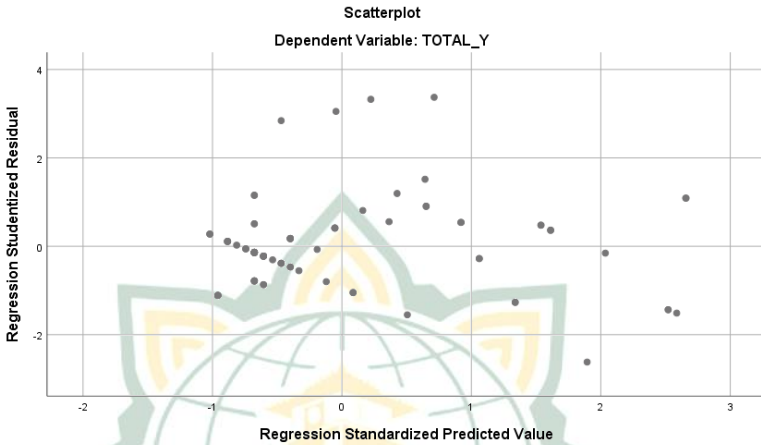
Menurut dari tabel tersebut nilai *durbin watson* tersebut adalah 2.106 dengan jumlah sampel (n) 86 dan jumlah variabel bebas (k) sebanyak 2, dengan signifikansi 5% . diperoleh nilai dL sebesar 1.602, nilai dU sebesar 1.697. karena hasil pengujiannya adalah $dU < dW < 4 - dU$ ($4-1671=2.329$) Sehingga $1.697 < 2.106 < 2.329$, oleh kerana itu disimpulkan bahwasannya tidak terdapat autokorelasi secara negatif maupun positif.

3) Uji heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk membuktikan adanya ketidaksamaan varians residual dari pengamatan lain dalam suatu model regresi. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memakai uji plot antara nilai variabel prediktor yaitu ZPRED dan residual SRESID. Jika hasil pengujian tidak menunjukkan pola yang jelas dan titik-titik tersebar di sekitar angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi

heteroskedastisitas.¹⁵ Pada penelitian ini dapat dilihat pada grafik 4.1 berikut ini:

Gambar 4. 1 Grafik Hasil Uji heteroskedastisitas



Sumber data: data primer diolah SPSS 2021

Berdasarkan dari grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa bintik-bintik tersebar secara tidak beraturan dan tidak membentuk pola khusus. Maka dapat dinyatakan bahwasannya pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

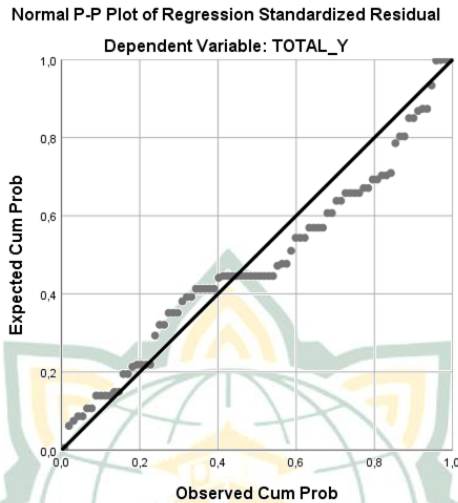
4) Uji normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. untuk mengetahui normalitas data akan dilakukan uji t dan F. Metode yang digunakan untuk menemukan residual dari distribusi normal dilakukan melalui pengujian statistik dan analisis grafis. Jika nilai signifikansi residual > 0,05 maka residual tersebut berdistribusi normal.¹⁶

¹⁵ Imam Ghozali, 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, 139-143

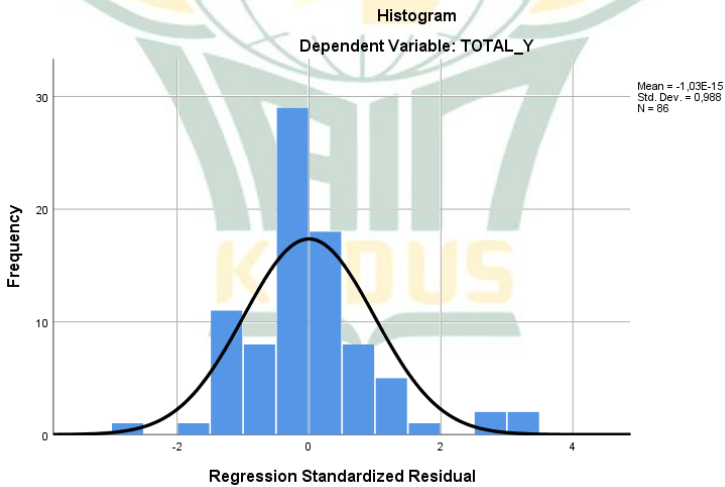
¹⁶ Imam Ghozali, 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”,160

Gambar 4. 2 Hasil uji normalitas dengan grafik normal p plot



Sumber: data primer diolah SPSS 2021

Gambar 4. 3 Hasil uji normalitas dengan grafik histogram



Sumber: data primer diolah SPSS 2021

Dilihat dari grafik histogram diatas bahwasanya menunjukkan bentuk distribusi normal. Kemudian pada grafik p plot terdapat titik-titik memencar di sekeliling garis diagonal dengan pemencarannya mengikuti arah garis

diagonal artinya bentuk regresi berdistribusi normal dan mencapai asumsi normalitas.

d. Uji hipotesis

1) Analisis regresi linear berganda

Instrumen yang dipakai untuk menguji hipotesis ialah analisis regresi berganda. Analisis ini dipakai untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dan memperlihatkan arah hubungan antar variabel tersebut.¹⁷ kajian ini dipakai untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Analisis tersebut akan membentuk persamaan yang dapat dijelaskan dalam tabel 4.14:

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,018	2,458		2,856	,005		
	Total X1	,130	,068	,215	1,914	,059	,390	2,564
	Total X2	,384	,073	,588	5,224	,000	,390	2,564
a. Dependent Variable: TOTAL_Y								

Sumber : data primer diolah SPSS 2021

¹⁷ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengelola Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), 148.

Mengikuti tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien b adalah bentuk persamaan regresi yang dapat dibuat sebagai berikut:

$$Y = 7,018 + 0,130 X_1 + 0,384 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat digunakan acuan untuk mempresentasikan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta 7,018 menunjukkan besarnya kepuasan konsumen pada saat variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap nol atau tidak diterapkan.
 - b) Koefisien kualitas produk (X_1) bernilai 0,130, yaitu setiap kali variabel kualitas produk bertambah atau berkurang satu satuan, dengan asumsi variabel lain tidak berubah (tetap), tingkat kepuasan konsumen akan naik atau turun sebesar 0.130.
 - c) Koefisien kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai sebesar 0,384, yaitu variabel kualitas pelayanan naik atau turun sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel lain tidak berubah (tetap), maka tingkat kepuasan pelanggan naik atau turun sebesar 0,384..
- 2) Uji T

Uji t merupakan analisis yang dipakai untuk mengenali dominasi dari tiap- tiap variabel bebas secara individu maupun parsial yang mencakup dari kualitas produk serta kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yang mana ialah kepuasan konsumen. Uji t bisa diamati dengan menyamakan t hitung t tabel serta relevansi $> 0,05$. Bila pada uji t tingkatan relevansi $< 0,05$ maka variabel bebas secara parsial atau individu dinyatakan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4. 15 Hasil uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7,018	2,458		2,856	,005		
Total X1	,130	,068	,215	1,914	,059	,390	2,564
Total X2	,384	,073	,588	5,224	,000	,390	2,564

Sumber data primer diolah spss 2021

Dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) dan $DF = n - k - 1$, merupakan kuantitas sampel, k merupakan kuantitas variabel independen. Dalam mencari t tabel dapat menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 t_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2; n - k - 1) \\
 &= t(0,05/2; 86 - 2 - 1) \\
 &= t(0,025; 83) \\
 &= 1,988
 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada tabel 4.15 diatas menunjukkan hasil pengujian t adalah

- a) Tingkat signifikansi X1 sebesar 0,059 dengan nilai t hitung sebesar 1,914. Oleh sebab tingkat relevansi $0,059 > 0,05$ dan $t \text{ hitung } 1,914 < t \text{ tabel } 1,988$ maka dengan demikian H_0 diterimadan H_a ditolak, bahwa secara segmental kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko Muria Elektronik .
- b) Tingkat signifikansi X2 sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 5,224. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,224 > t \text{ tabel } 1,988$, maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Bahwa secara semental kualitas pelayanan mempunyai

pengaruh atas kepuasan konsumen toko Muria Elektronik.

3) Uji F

Uji F pada riset ini dimanfaatkan untuk mengenali tingkatan relevansi dampak variabel bebas ialah kualitas produk serta kualitas pelayanan secara serentak ataupun (simultan) atas variabel dependen ialah kepuasan konsumen dengan metode menyamakan antara F hitung dan f tabel serta relevansi < 0, 05 ataupun 5%. Jika tingkatan signifikansi < 0, 05 maka bisa dinyatakan bahwasannya secara bersamaan variabel bebas mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji f ditunjukkan pada tabel 4.16.

Tabel 4. 16 Analisis Uji F ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	291,050	2	145,525	59,693	,000 _b
	Residual	202,345	83	2,438		
	Total	493,395	85			

Sumber data primer diolah spss 2021

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukan hasil pengujian uji f, bahwa nilai f hitung 59,693 dengan tingkat relevansi senilai 0,000. Karena tingkat relevansi 0,000< 0,05 dan nilai f hitung 59,693> f tabel 3,11 oleh sebab itu variabel independen yang meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan secara serentak (simultan) berdampak terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen di toko Muria Elektronik.

4) Uji koefisien determinasi (R²)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas menerangkan variabel terikat pada suatu model regresi. Jika nilai R² mendekati 1 maka variabel bebas menerangkan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk variabel dependen. Hasil uji koefisien determinan ditunjukkan dalam tabel 4.17.

**Tabel 4. 17 Hasil Koefisiensi Determinasi (R2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,768 ^a	,590	,580	1,561	2,106

Sumber data primer diolah spss 2021

Melalui hasil data yang ditunjukkan pada tabel tersebut, hasil pengujian koefisien determinasi (R2) pada tabel r-square adalah 0,590, yaitu 59%. Artinya 59% variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan Muria Elektronik dipengaruhi oleh variabel bebas antara lain kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 41% variabel dependen kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Muria Elektronik Kayen secara parsial bisa dilihat melalui regresi berganda yaitu uji t, di mana uji t digunakan untuk memutuskan apakah model regresi variabel independen (x) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (y). Mengingat data yang diolah sama program IBM SPSS statistik 25, sangat baik dapat dilihat hasil analisis apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Muria Elektronik Kayen.

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Muria Elektronik Kayen ini menunjukkan nilai t hitung yaitu 1,914 dengan t tabel yaitu 1,988 serta nilai signifikan 0,059 yang berada diatas 0,05 (tingkat signifikan). Dengan ini t hitung lebih kecil dari t tabel (1,914 < 1,988)), jadi H1 ditolak serta H0 diakui (tidak terdapat pengaruh signifikan), jadi

dengan ini kepuasan konsumen Toko Muria Elektronik Kayen tidak dipengaruhi oleh kualitas produk.

Hasil penelitian yang telah saya lakukan kepada responden di toko Muria Elektronik Kayen diketahui yakni kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko Muria Elektronik karena kualitas produk tidak begitu mempersoalkan, sebagian konsumen tidak meninjau produk hanya berdasarkan kualitas produk tetapi meninjau dari harga yang relatif murah, dan pelayanan yang dibagikan oleh toko tersebut. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada penelitian ini berarti tidak serupa dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh afnina dan yuli hastuti pada tahun 2018.¹⁸ Yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko aneka jaya furniture di Langsa Aceh. perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada lokasi obyek yang diteliti.

Kepuasan konsumen merupakan konsumen yang merasakan kepuasan dalam jasa atau produk yang dibeli atau dipakainya akan kembali memakai jasa atau produk yang ditawarkan.¹⁹ pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk di Toko Muria Elektronik Kayen berpengaruh tetapi tidak signifikan pada kepuasan konsumen Toko Muria Elektronik Kayen . Penelitian ini memperlihatkan bahwasannya terdapat perbedaan teori tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini sama dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen” yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin di Sate Kelinci Mas Asep Jember tahun 2020. Hasil penelitian ini adalah produk kualitas tidak signifikan Untuk memuaskan kepuasan konsumen terhadap booth mas asep jember. Melalui interpretasi

¹⁸ Afnina dan yulia hastuti, 2018, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

¹⁹ Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000).

variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,164 dan tingkat signifikansi sebesar 0,249. Nilai t tabel adalah 1,6690. Karena t hitung < t tabel ($1,164 < 1,6690$) atau $0,249 > 0,05$, sehingga H_0 diterima, hal ini berarti variabel kualitas produk (X1) secara parsial maupun independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Warung Sate (Y) Kelinci Mas Asep Jika variabel independen lainnya memegang nilai. Jadi hipotesis ditolak.²⁰

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Muria Elektronik Kayen secara parsial bisa dilihat melalui regresi berganda yaitu uji t, di mana uji t digunakan untuk memutuskan apakah model regresi variabel independen (x) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (y). Mengingat data yang diolah sama program IBM SPSS statistik 25, sangat baik dapat dilihat hasil analisis apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Muria Elektronik Kayen.

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Muria Elektronik Kayen ini menunjukkan nilai t hitung yaitu 5,224 dengan t tabel yaitu 1,988 serta nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Dengan ini t hitung lebih besar dari t tabel ($5,224 > 1,988$), jadi H_0 ditolak serta H_1 diakui (terdapat pengaruh signifikan), jadi dengan ini kepuasan konsumen Toko Muria Elektronik Kayen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan pada riset ini sangat mempengaruhi kepuasan konsumen toko Muria Elektronik, karena terciptanya pelayanan yang ramah, sopan dan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka akan ada kepuasan dalam hari konsumen. Dalam hal ini

²⁰ Ahmad Izzuddin Dan Muhammad Muhsin, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen”, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 6 No.1 Juni 2020, 76

kualitas pelayanan harus diperhatikan agar dapat memenangkan persaingan bisnis.

Pentingnya memberi pelayanan yang sesuai harapan pelanggan tidak hanya sekedar melayani, tetapi bisa memahami keinginan pelanggan, mengerti dan merasakan kebutuhan pelanggan. Islam mengajarkan agar bersikap profesional dalam melakukan pelayanan, karena keberhasilan sebuah usaha tidak luput dari bagaimana sikap pelaku usaha dan karyawan terhadap konsumen.

Kajian yang sama dilakukan oleh Ni Made Arie Sulistyawati Dan Ni Ketut Seminari (2015)²¹ menghasilkan kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian teori yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah yang utama untuk kepuasan konsumen. Hasil pengujian yang telah dilaksanakan pada uji signifikansi simultan memperlihatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan taraf signifikansi 0,000 memiliki nilai f_{hitung} sebesar 59,693 sedangkan f_{tabel} sebanyak 3,11 dengan begitu $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($5,693 > 3,11$) maka pada analisis ini kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan relevan pada kepuasan konsumen pada toko Muria Elektronik Kayen.

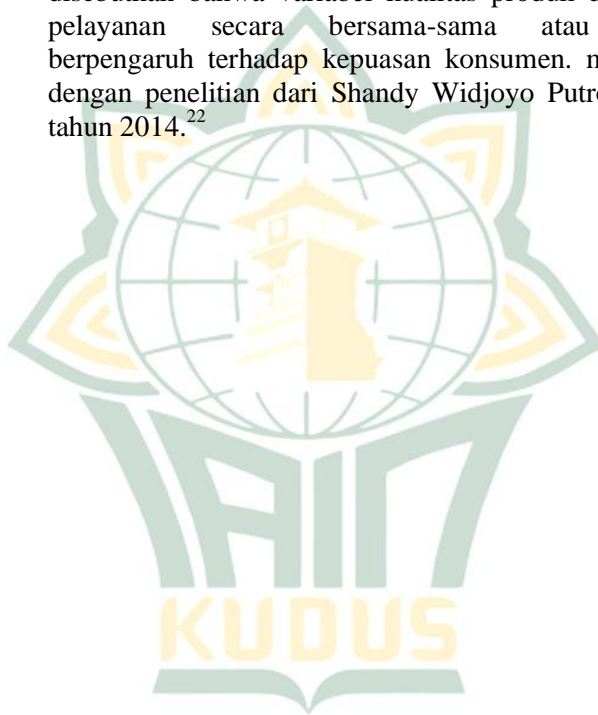
Penelitian ini berarti h_3 bisa diterima sesuai percobaan hipotesis. Anggapan analisis regresi linear berganda maka koefisien determinasi yang dicatat pada *r square* sebanyak 0,590 ataupun 59% maksudnya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan sama terhadap kepuasan konsumen sementara residu 41% dipengaruhi oleh variabel lain diluar riset ini.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan sangatlah penting didalam sebuah perusahaan, maka dari itu

²¹ Ni Made Arie Sulistyawati Dan Ni Ketut Seminari, 2015, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran indus ubud Gianyar.

perusahaan haruslah dapat mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan, maka konsumen tersebut bisa merasakan kepuasan tersendiri dalam hatinya. Pelanggan yang puas maka akan menjadikan sebuah kelayakan terhadap perusahaan.

H₃ berbunyi: Terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diterima dan H₀ ditolak. Selanjutnya model regresi dapat disebutkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. maka sesuai dengan penelitian dari Shandy Widjoyo Putro dkk pada tahun 2014.²²



²² Shandy Widjoyo Putro, dkk, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No. 1, (2014)