

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

##### a. Profil Singkat PT Biantara Jaya Service

Nama Perusahaan	: PT Biantara Jaya Service
Alamat	: Jl. Mampang Prapatan Raya No. 10 , Kel. Mampang Prapatan, Kec. Mampang Prapatan, Kota Adm. Jakarta Selatan, Prov. DKI Jakarta – 12790 – Indonesia
Telepon	: +6221 7918 2050
Fax	: 021-79182999 (131)
Website	: <a href="http://www.biantarajaya.com">www.biantarajaya.com</a>
Jam Kerja	: Senin – Jumat 08.00 - 17.00 Sabtu – Ahad Libur
Bidang/Jenis Usaha	: <i>Formalities Services</i>
Jumlah Karyawan	: 78 Orang

##### b. Sejarah Singkat PT Biantara Jaya Service

Bapak Partomuan Siregar sebagai Direktur memiliki pengalaman dan hubungan baik antar kantor pemerintahan, berbagai bidang usaha, jenis dokumen dan wilayah di Indonesia selama lebih dari 23 tahun. Kemudian pada tanggal 15 Maret 2010 beliau memutuskan untuk mendirikan perusahaan konsultan dengan nama Biantara Jaya Service, yang sekarang beroperasi di Jl. Mampang Prapatan Raya No. 10 , Kel. Mampang Prapatan, Kec. Mampang Prapatan, Kota Adm. Jakarta Selatan, Prov. DKI Jakarta – 12790 – Indonesia.<sup>1</sup>

Dalam perusahaan tersebut mempunyai 78 karyawan dalam menjalani bisnis konsultan guna untuk melayani masyarakat baik dari dalam maupun luar kota guna untuk mempermudah kebutuhan masyarakat yang ingin bekerja ke luar negeri ataupun sebagainya. Dalam upaya meyebarkan jasa untuk masyarakat yang ada di Indonesia PT Biantara Jaya Service mempunyai beberapa ranting atau *branches* yang berada di daerah

---

<sup>1</sup> [www.biantarajaya.com](http://www.biantarajaya.com)

Batam, Karimun, Duri, Surabaya, Balikpapan, Luwuk, dan Sorong Papua dengan kepala cabang atau pusat yang berada di Jakarta Selatan.

Selama lebih dari 10 tahun, PT Biantara Jaya Service bergerak di bidang *formalities services*, memberikan konsultasi terkait ketenagakerjaan dan keimigrasian. Layanan inti kami adalah untuk izin kerja dan tinggal di Indonesia. perusahaan kami memiliki pengalaman dan hubungan baik dengan *realted* kementerian. kami memiliki beberapa cabang untuk mendukung klien kami di seluruh Indonesia.<sup>2</sup>

**c. Visi dan Misi PT Biantara Jaya Service**

Visi dan Misi PT Biantara Jaya Service yaitu:<sup>3</sup>

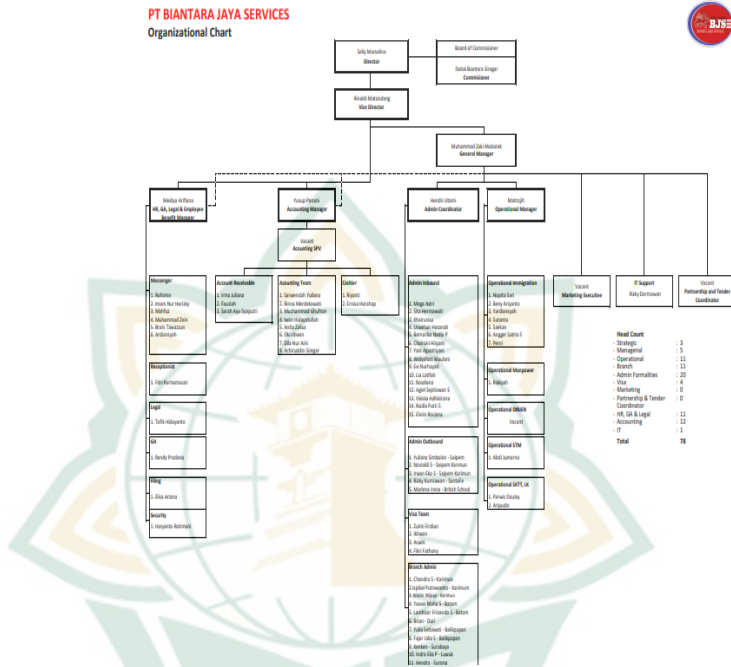
- 1) Menjadi perusahaan konsultan formalitas Indonesia yang paling andal dan diakui oleh seluruh pelanggan regional sebagai klien.
- 2) Memberikan pelayanan yang berkualitas dengan memberikan solusi dan mendapatkan kepuasan pelanggan meningkatkan secara terus menerus mengevaluasi sistem kerja dan teknologi yang diterapkan menjaga budaya perusahaan yang positif dengan integritas dan kepercayaan.

---

<sup>2</sup> [www.biantarajaya.com](http://www.biantarajaya.com)

<sup>3</sup> [www.biantarajaya.com](http://www.biantarajaya.com)

**d. Struktur Organisasi PT Biantara Jaya Service**  
**Gambar 4.1 Struktur Organisasi**



**2. Deskripsi Data Penelitian**

**a. Gambaran Umum Responden**

Ciri-ciri responden dijelaskan agar dapat menerangkan keadaan responden yang dapat menunjukkan informasi lebih agar hasil penelitian ini dapat dipahami dengan baik. Penelitian ini merupakan survei lapangan dengan menggunakan sistem tanya jawab konsumen PT Biantara Jaya Service yang tidak sengaja ditemui dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan peneliti. Bersumber hasil survei terhadap 100 responden, hasil yang mencerminkan karakteristik responden melalui kuesioner:

**1) Jenis Kelamin**

Dari jenis kelamin yang ada dalam penelitian ini, dinyatakan sebagai responden dari konsumen PT Biantara Jaya Service, sebagaimana yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.1 Hasil Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase %
1	Laki-laki	55	55%
2	Perempuan	45	45%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dilihat dari tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa dalam kategori jenis kelamin responden yang ada di PT Biantara Jaya Service adalah 100 responden dengan hasil laki-laki sebanyak 55 konsumen dengan presentase sebanyak 55% dan perempuan sebanyak 45 konsumen dengan presentase 45%.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa pengambilan sampel pada PT Biantara Jaya Service mayoritas individu berjenis kelamin laki-laki.

## 2) Usia

Ciri yang ada saat pengambilan sampel di PT Biantara Jaya Service terlihat banyaknya usia yang telah dewasa, anak-anak dan juga yang sudah berumah tangga. Usia responden dalam penelitian ini dibagi dalam empat kelompok, pertama usia yang dibawah 25 tahun, kedua antara usia 26-35 tahun, ketiga antara usia 36-45 tahun, dan yang terakhir yaitu usia diatas 45 tahun. Ciri-ciri usia konsumen di PT Biantara Jaya Service, yaitu:

**Tabel 4.2 Hasil Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Prosentase %
1	Dibawah 25 tahun	16	16%
2	26 – 35 tahun	41	41%
3	36 – 45 tahun	31	31%
4	Diatas 45 tahun	12	12%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa usia responden dengan jumlah terbanyak yakni pada usia 26-35 tahun sebanyak 41 orang dengan presentase 41%. Responden pada usia ini merupakan usia yang memiliki semangat kerja tinggi, kelompok usia ini juga kelompok usia produktif dn sekaligus berada pada jenjang kelompok pekerja utama. Dengan demikian, kelompok usia ini

sangatlah potensial menjadi konsumen di PT Biantara Jaya Service. Selanjutnya usia responden terbanyak kedua yakni pada usia 36-45 tahun sebanyak 31 orang dengan presentase 31%, karena pada usia tersebut sudah mempunyai pengalaman kerja dan merupakan konsumen loyal PT Biantara Jaya Service. Usia responden terbanyak ketiga yaitu dibawah 25 tahun sebanyak 16 orang dengan presentase 16% karena suatu usaha perlu regenerasi sehingga usaha tersebut akan terus berjalan. Selanjutnya, usia terbanyak terakhir adalah diatas 45 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 12%, dimana pada usia ini seorang konsumen akan mulai berhenti dari pekerjaannya dan menikmati masa tuanya.

**b. Frekuensi Variabel**

Dari berbagai tanggapan yang telah dihasilkan dari 100 responden yang dianggap sebagai konsumen PT Biantara Jaya Service mengenai pengaruh produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen, yaitu:

**1) Produk (X1)**

Hasil jawaban responden mengenai variabel produk yang diberikan kepada 100 konsumen di PT Biantara Jaya Service, yaitu:

**Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Variabel Produk**

Pernyataan	S	%	S	%	N	%	T	%	ST	%
	S						S		S	
Produk yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service ada banyak jenisnya	30	30%	53	53%	14	14%	1	1%	2	2%
Kualitas produk yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sangat	15	15%	53	53%	30	30%	2	2%	0	0%

<i>recommend</i>										
PT Biantara Jaya Service memiliki rancangan dalam mengeluarkan produknya	14	14 %	52	52 %	34	34 %	0	0 %	0	0 %
PT Biantara Jaya Service memiliki ciri produk yang sesuai aturan pemerintah yang berlaku	11	11 %	59	59 %	26	26 %	4	4 %	0	0 %
PT Biantara Jaya Service memiliki nama merk ( <i>brand name</i> ) usaha yang mudah dikenali	14	14 %	37	37 %	41	41 %	8	8 %	0	0 %
Tampilan produk yang diberikan PT Biantara Jaya Service sesuai aturan pemerintah yang berlaku	32	32 %	40	40 %	28	28 %	0	0 %	0	0 %
Tingkat pelayanan yang dilakukan PT Biantara Jaya Service amanah dan memuaskan	15	15 %	53	53 %	30	30 %	2	2 %	0	0 %
PT Biantara Jaya Service memberikan	14	14 %	52	52 %	34	34 %	0	0 %	0	0 %

garansi untuk para konsumen pasca jual										
Kecepatan penyelesaian pembuatan produk yang ditawarkan PT Biantara Jaya Service sesuai yang dibutuhkan konsumen	11	11 %	59	59 %	26	26 %	4	4 %	0	0 %
PT Biantara Jaya Service bersedia memberikan ganti rugi bila ada kesalahan atau kerusakan dari produk (jasa) yang diterima	14	14 %	37	37 %	41	41 %	8	8 %	0	0 %

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.3 dapat dipahami terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel produk mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Produk yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service ada banyak ragamnya, dari responden yang ada ditabel diperoleh 30 (30%) sangat setuju, 53 (53%) setuju, 14 (14%) netral, 1 (1%) tidak setuju, serta 2 (2%) sangat tidak setuju.
- b) Kualitas produk yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sangat *recommend*, dari responden yang ada ditabel diperoleh 15 (15%) sangat setuju, 53 (53%) setuju, 30 (30%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- c) PT Biantara Jaya Service memiliki rancangan dalam mengeluarkan produknya, dari responden yang ada

- ditabel diperoleh 14 (14%) sangat setuju, 54 (54%) setuju, 34 (34%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- d) PT Biantara Jaya Service memiliki ciri produk yang sesuai aturan pemerintah yang berlaku, dari responden yang ada ditabel diperoleh 11 (11%) sangat setuju, 59 (59%) setuju, 26 (26%) netral, 4 (4%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
  - e) PT Biantara Jaya Service memiliki nama merk ( *brand name* ) usaha yang mudah dikenali, dari responden yang ada ditabel diperoleh 14 (14%) sangat setuju, 37 (37%) setuju, 41 (41%) netral, 8 (8%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
  - f) Tampilan produk yang diberikan PT Biantara Jaya Service sesuai aturan pemerintah yang berlaku, dari responden yang ada ditabel diperoleh 32 (32%) sangat setuju, 40 (40%) setuju, 28 (28%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
  - g) Tingkat pelayanan yang dilakukan PT Biantara Jaya Service amanah dan memuaskan, dari responden yang ada ditabel diperoleh 15 (15%) sangat setuju, 53 (53%) setuju, 30 (30%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
  - h) PT Biantara Jaya Service memberikan garansi untuk para konsumen pasca jual, dari responden yang ada ditabel diperoleh 14 (14%) sangat setuju, 52 (52%) setuju, 34 (34%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
  - i) Kecepatan penyelesaian pembuatan produk yang ditawarkan PT Biantara Jaya Service sesuai yang dibutuhkan konsumen, dari responden yang ada ditabel diperoleh 11 (11%) sangat setuju, 59 (59%) setuju, 26 (26%) netral, 4 (4%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
  - j) PT Biantara Jaya Service bersedia memberikan ganti rugi bila ada kesalahan atau kerusakan dari produk(jasa) yang diterima, dari responden yang ada ditabel diperoleh 14 (14%) sangat setuju, 37 (37%) setuju, 41 (41%) netral, 8 (8%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.



2) **Kualitas Pelayanan (X2)**

Jawban responden tentang variabel kualitas pelayanan yang diberikan kepada 100 konsumen di PT Biantara Jaya Service menghasilkan data sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan**

<b>Pernyataan</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>T</b>	<b>%</b>	<b>ST</b>	<b>%</b>
	<b>S</b>		<b>S</b>		<b>N</b>		<b>S</b>		<b>S</b>	
Penampilan yang diberikan kepada konsumen PT Biantara Jaya Service sangat baik dan sopan, ruangan yang nyaman	42	42 %	40	40 %	18	18 %	0	0 %	0	0 %
Kinerja karyawan PT Biantara Jaya Service dalam pekerjaan dapat diandalkan dan akurat	31	31 %	39	39 %	28	28 %	2	2 %	0	0 %
Kecepatan dan kegunaan produk PT Biantara Jaya Service tepat waktu dan sesuai keinginan konsumen	32	32 %	43	43 %	25	25 %	0	0 %	0	0 %
Kredibilitas, keamanan, kompensasi dan kesopanan	16	16 %	48	48 %	31	31 %	5	5 %	0	0 %

yang diberikan oleh karyawan PT Biantara Jaya Service kepada konsumen sangat baik										
Pemberian pemahaman kepada para konsumen PT Biantara Jaya Service mudah dipahami serta akses dipermudah dalam berkomunikasi	18	18 %	4	44 %	3	32 %	6	6 %	0	0 %

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.4 dapat ditarik kesimpulan mengenai tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel kualitas pelayanan mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Penampilan yang diberikan kepada konsumen PT Biantara Jaya Service sangat baik dan sopan, ruangan yang nyaman, dari responden yang ada ditabel diperoleh 42 (42%) sangat setuju, 40 (40%) setuju, 18 (18%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- b) Kinerja karyawan PT Biantara Jaya Service dalam pekerjaan dapat diandalkan dan akurat, dari responden yang ada ditabel diperoleh 31 (31%) sangat setuju, 39 (39%) setuju, 28 (28%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- c) Kecepatan dan kegunaan produk PT Biantara Jaya Service tepat waktu dan sesuai keinginan konsumen, dari responden yang ada ditabel diperoleh 32 (32%)

sangat setuju, 43 (43%) setuju, 25 (25%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.

- d) Kredibilitas, keamanan, kompensasi dan kesopanan yang diberikan oleh karyawan PT Biantara Jaya Service kepada konsumen sangat baik, dari responden yang ada ditabel diperoleh 16 (16%) sangat setuju, 48 (48%) setuju, 31 (31%) netral, 5 (5%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- e) Pemberian pemahaman kepada para konsumen PT Biantara Jaya Service mudah dipahami serta akses dipermudah dalam berkomunikasi, dari responden yang ada ditabel diperoleh 18 (18%) sangat setuju, 44 (44%) setuju, 32 (32%) netral, 6 (6%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.

**3) Harga (X3)**

Hasil jawaban responden mengenai variabel harga yang diberikan kepada 100 konsumen di PT Biantara Jaya Service, yaitu:

**Tabel 4.5 Hasil Frekuensi Variabel Harga**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>STS</b>	<b>%</b>
Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen	17	17%	51	51%	32	32%	0	0%	0	0%
Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sesuai ketentuan yang berlaku dan lebih kompetitif	18	18%	55	55%	25	25%	2	2%	0	0%

Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sesuai dengan manfaatnya yang didapat <i>user</i>	20	20%	37	37%	37	37%	6	6%	0	0%
Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service lebih terjangkau dibanding pesaing	29	29%	38	38%	33	33%	0	0%	0	0%
Harga yang ditawarkan oleh perusahaan lebih kompetitif sehingga <i>user</i> lebih memilih PT Biantara Jaya Service	15	15%	56	56%	27	27%	2	2%	0	0%

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.5 dapat dipahami terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel harga mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sesuai kualitas yang didapatkan oleh konsumen, dari responden yang ada ditabel diperoleh 17 (17%) sangat setuju, 51 (51%) setuju, 32 (32%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.

- b) Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sesuai ketentuan yang berlaku dan lebih kompetitif, dari responden yang ada ditabel diperoleh 18 (18%) sangat setuju, 55 (55%) setuju, 25 (25%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- c) Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service sesuai dengan manfaatnya yang didapat *user*, dari responden yang ada ditabel diperoleh 20 (20%) sangat setuju, 37 (37%) setuju, 37 (37%) netral, 6 (6%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- d) Harga yang ditawarkan oleh PT Biantara Jaya Service lebih terjangkau dibanding pesaing, dari responden yang ada ditabel diperoleh 29 (29%) sangat setuju, 38 (38%) setuju, 33 (33%) netral, 0 (0%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- e) Harga yang ditawarkan oleh perusahaan lebih kompetitif sehingga *user* lebih memilih PT Biantara Jaya Service, dari responden yang ada ditabel diperoleh 15 (15%) sangat setuju, 56 (56%) setuju, 27 (27%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.

**4) Kepuasan Konsumen (Y)**

Hasil jawaban responden mengenai variabel kepuasan konsumen yang diberikan kepada 100 konsumen di PT Biantara Jaya Service, yaitu:

**Tabel 4.6 Hasil Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen**

Pernyataan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Konsumen PT Biantara Jaya Service memakai jasa lebih dari satu kali	12	12 %	59	59 %	26	26 %	3	3%	0	0 %
Dengan kepuasan konsumen akan lebih merekomendasikan	10	10 %	47	47 %	41	41 %	2	2%	0	0 %

konsumen lain untuk menggunakan PT Biantara Jaya Service										
Konsumen Puas dengan PT Biantara Jaya Service dan tidak pernah <i>complain</i> atau mengeluh	7	7%	62	62%	24	24%	7	7%	0	200%
Adanya kepuasan konsumen mereka tidak akan memperhatikan atau mengabaikan suatu produk atau iklan oleh perusahaan lain (pesaing)	10	10%	32	32%	48	48%	10	10%	0	0%
Dengan kepuasan konsumen tersebut konsumen lebih memperhatikan harga yang ditawarkan oleh pesaing	20	20%	36	36%	41	41%	3	3%	0	0%
Pelanggan akan memberikan ide atau	27	27%	42	42%	29	29%	2	2%	0	0%

masukan kepada PT Biantara Jaya Service sebab hal tersebut dilakukan untuk memperhatikan kepuasan pelayanan yang diberikan										
PT Biantara Jaya Service memberikan biaya pelayanan bagi pelanggan lama harga kompetitif ( <i>discount</i> ) dibandingkan dengan <i>user</i> baru (pelanggan)	22	22 %	46	46 %	27	27 %	5	5%	0	0 %

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.6 dapat dipahami terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel kepuasan konsumen mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Konsumen PT Biantara Jaya Service memakai jasa lebih dari satu, dari responden yang ada ditabel diperoleh 12 (12%) sangat setuju, 59 (59%) setuju, 26 (26%) netral, 3 (3%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- b) Dengan kepuasan konsumen akan lebih merekomendasikan konsumen lain untuk menggunakan PT Biantara Jaya Service, dari responden yang ada ditabel diperoleh 10 (10%) sangat setuju, 47 (47%) setuju, 41 (41%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.

- c) Konsumen Puas dengan PT Biantara Jaya Service dan tidak pernah *complain* atau mengeluh, dari responden yang ada ditabel diperoleh 7 (7%) sangat setuju, 62 (62%) setuju, 24 (24%) netral, 7 (7%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- d) Adanya kepuasan konsumen mereka tidak akan memperhatikan atau mengabaikan suatu produk atau iklan oleh perusahaan lain (pesaing), dari responden yang ada ditabel diperoleh 10 (10%) sangat setuju, 32 (32%) setuju, 48 (48%) netral, 10 (10%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- e) Dengan kepuasan konsumen tersebut konsumen lebih memperhatikan harga yang ditawarkan oleh pesaing, dari responden yang ada ditabel diperoleh 20 (20%) sangat setuju, 36 (36%) setuju, 41 (41%) netral, 3 (3%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- f) Pelanggan akan memberikan ide atau masukan kepada PT Biantara Jaya Service sebab hal tersebut dilakukan untuk memperhatikan kepuasan pelayanan yang diberikan, dari responden yang ada ditabel diperoleh 27 (27%) sangat setuju, 42 (42%) setuju, 29 (29%) netral, 2 (2%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.
- g) PT Biantara Jaya Service memberikan biaya pelayanan bagi pelanggan lama harga kompetitif (*discount*) dibandingkan dengan *user* baru (pelanggan), dari responden yang ada ditabel diperoleh 22 (22%) sangat setuju, 46 (46%) setuju, 27 (27%) netral, 5 (5%) tidak setuju, serta 0 (0%) sangat tidak setuju.

### 3. Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dibuat untuk menghitung kebenaran pernyataan hasil kuesioner. Uji ini dapat dikatakan *valid* bilamana nilai dari  $r$  hitungnya melebihi nilai  $r$  tabel nya, sebaliknya item tersebut tidak valid apabila nilai dari  $r$  hitungnya dibawah nilai tabel  $r$  nya. Penelitian ini, dihasilkan  $r$  tabelnya yaitu 0,1966 dengan taraf signifikansinya sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil kelayakan dari penelitian ini dengan menggunakan program SPSS versi 24, yaitu:



## 1) Produk (X1)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Produk

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Produk (X1)	X1.1	0,440	0,1966	Valid
	X1.2	0,697	0,1966	Valid
	X1.3	0,670	0,1966	Valid
	X1.4	0,643	0,1966	Valid
	X1.5	0,735	0,1966	Valid
	X1.6	0,354	0,1966	Valid
	X1.7	0,697	0,1966	Valid
	X1.8	0,670	0,1966	Valid
	X1.9	0,643	0,1966	Valid
	X1.10	0,735	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023  
 Dapat dilihat dari tabel 4.7 mengenai uji validitas produk dengan 10 item yang telah dinyatakan valid semua karena R hitung yang didapat melebihi dari nilai R tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

## 2) Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,661	0,1966	Valid
	X2.2	0,817	0,1966	Valid
	X2.3	0,708	0,1966	Valid
	X2.4	0,590	0,1966	Valid
	X2.5	0, 712	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023  
 Dapat dilihat dari tabel 4.8 mengenai uji validitas kualitas pelayanan dengan 5 item yang telah dinyatakan valid semua karena R hitung yang didapat melebihi dari nilai R tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

### 3) Harga (X3)

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga**

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Harga (X3)	X3.1	0,654	0,1966	Valid
	X3.2	0,683	0,1966	Valid
	X3.3	0,721	0,1966	Valid
	X3.4	0,420	0,1966	Valid
	X3.5	0,619	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.9 mengenai uji validitas harga dengan 5 item yang telah dinyatakan valid semua karena  $R$  hitung yang didapat melebihi dari nilai  $R$  tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

### 4) Kepuasan Konsumen (Y)

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen**

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,599	0,1966	Valid
	Y2	0,506	0,1966	Valid
	Y3	0,516	0,1966	Valid
	Y4	0,525	0,1966	Valid
	Y5	0,499	0,1966	Valid
	Y6	0,432	0,1966	Valid
	Y7	0,593	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.10 mengenai uji validitas kepuasan konsumen dengan 7 item yang telah dinyatakan valid semua karena  $R$  hitung yang didapat melebihi dari nilai  $R$  tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

## b. Uji Reliabilitas

Dalam menentukan dalam pengetesan uji reliabilitas ini peneliti menggunakan program SPSS versi 24. Hasil yang dapat dikatakan reliabel apabila skor *alpha cronbunch* lebih besar dari (0,60). Uji reliabilitas memberikan hasil, yaitu:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbanch Alpha	Skor Batas	Keterangan
Produk (X1)	10	0,826	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	5	0,738	0,60	Reliabel
Harga (X3)	5	0,627	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	7	0,609	0,60	Reliabel

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang diuji memiliki *alpha cronbunch* yang melebihi skor batas yang telah ditentukan 0,60. Dengan demikian dari hasil ini, seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

## c. Uji Prasyarat

Analisis regresi berganda ini memerlukan tes prasyarat agar mendapatkan hasil yang benar serta tidak menyimpang. Tes prasyarat yang dipakai meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

### 1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel independen dan apakah hasilnya baik bila tidak ditemukan korelasi antara variabel independen. Berdasarkan nilai toleransi jika nilai toleransi  $>0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai toleransi  $<0,10$  maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan berdasarkan nilai VIF apabila nilai VIF

$<10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai  $VIF >10,00$  maka terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas memberikan hasil, yaitu:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas**

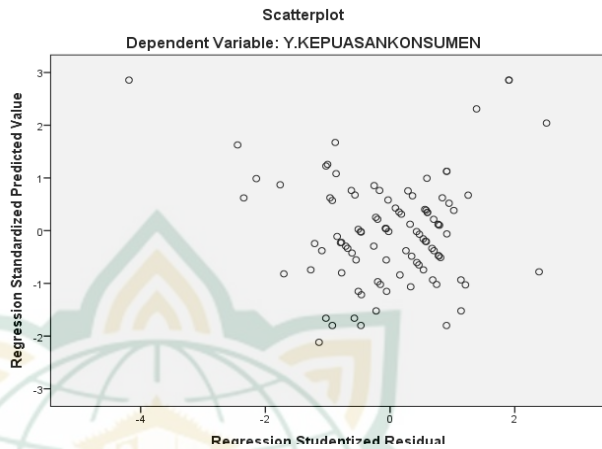
Variabel	Tolerance	VIF
Produk	0,416	2,403
Kualitas Pelayanan	0,815	1,228
Harga	0,457	2,186

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari hasil tabel 4.12 bahwa hasil nilai toleransi variabel produk menunjukkan angka 0,416 ini berarti  $0,416 > 0,10$ , sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka 0,815 ini berarti  $0,815 > 0,10$ , dan untuk variabel harga menunjukkan angka 0,457 ini berarti  $0,457 > 0,10$ . Sementara hasil dari nilai VIF variabel produk memperoleh angka 2,403 ini berarti  $2,403 < 10,00$ , sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan memperoleh angka 1,228 ini berarti  $1,228 < 10,00$ , dan untuk variabel harga memperoleh angka 2,186 ini berarti  $2,186 < 10,00$ . Berdasarkan penjelasan tersebut dapat didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui varian residual suatu periode pengamatan dibandingkan dengan periode pengamatan lainnya, apakah ada perbedaan atau tidak. Amati apakah ada varian variabel, yaitu jika ada varian variabel dengan mengamati plot pencar yang dihasilkan antara ZPRED, skor prediksi variabel terkait, serta SRESID yang tersisa. Data tanpa gejala heteroskedastisitas merupakan data yang baik. Bila hasil scatterplot tidak memiliki pola yang jelas serta titik-titik tersebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka data tersebut tidak heterogen, serta hasil tes heteroskedastisitas, yaitu:

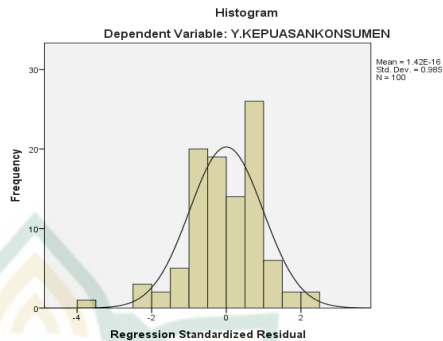
**Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat hasil dari gambar 4.2 menunjukkan titik-titik data terdistribusi di atas serta dibagian bawah bahkan disekitas angka 0 (nol) dan juga pola yang dihasilkan tidak teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bilamana tipe regresi yang dinyatakan tidak menunjukkan gejala varian variabel, sehingga regresi layak dipakai guna menganalisis produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen PT Biantara Jaya Service.

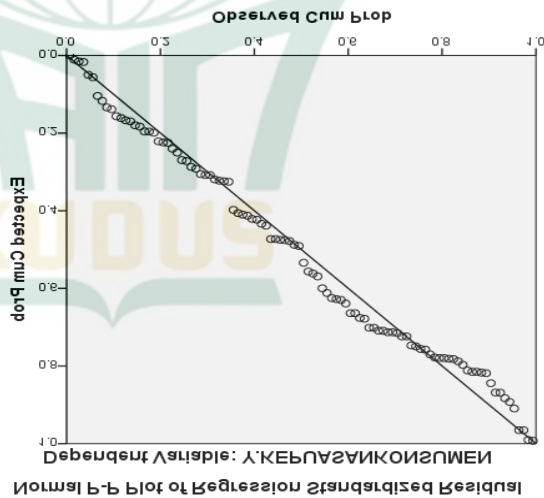
### 3) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah titik-titik yang tersisa berdistribusi normal. Dalam uji normalitas ini, peneliti menggunakan *histrogram*, *normal probability plot*. Data dapat disebut normal jika data memanjang disekitar diagonal dan searah dengan diagonal atau histogram. Uji normalitas menunjukkan hasil seperti di bawah ini:

**Gambar 4.3 Grafik Histogram Normalitas**

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Melihat Gambar 4.3, dapat dilihat bahwa kurva produk, layanan dan harga yang miring cenderung seimbang antara kanan dan kiri, dan kurva ini berbentuk lonceng, sehingga kualitas produk, layanan Layanan dan harga cenderung seimbang. distribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dari kurva normal P-Plot berikut ini:

**Gambar 4.4 Kurva P-Plot**

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

#### d. Uji Hipotesis

Tes hipotesis dilakukan guna mengetahui produk, kualitas layanan dan harga untuk kepuasan konsumen. Penelitian ini akan menggunakan 4 uji hipotesis. Analisis

regresi linier berganda dipakai buat menjawab hipotesis tersebut.

**1) Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi dengan menggunakan data sampel. Regresi linier berganda juga digunakan untuk menentukan dampak penyebab produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan bersama-sama dengan persamaan regresi linier berganda. Tahap kepercayaan yang dipakai dalam analisis ini adalah 5%. Tipe yang memenuhi syarat asumsi klasik adalah tipe persamaan regresi yang baik. Hasil pengolahan data dari analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 24, yaitu:

**Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,613	2.207		4,356	.000
	X1.PRODUK	.159	.075	.265	2,113	.037
	X2.KUALITASPELAYANAN	.235	.091	.232	2,590	.011
	X3.HARGA	.299	.144	.248	2,073	.041

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari hasil pengujian tabel 4.14 yang ada, dapat diketahui dalam penelitian ini memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 9,613 + 0,159X_1 + 0,235X_2 + 0,299X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari tipe persamaan regresi linier berganda di atas seperti berikut ini:

- a) Skor konstanta sebesar 9,613 menyatakan bahwa apabila produk, kualitas pelayanan, dan harga diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen berskor sebesar 9,613.
- b) Koefisien regresi dari produk (X1) berskor 0,159 Dengan kata lain, buat setiap kenaikan produk sebesar 1%, harga meningkat sebesar 0,159. Sebaliknya, penurunan produk sebesar 1% mengurangi kepuasan konsumen sebesar 0,159.
- c) Koefisien regresi dari kualitas pelayanan (X2) berskor 0,235, Dengan kata lain, buat setiap peningkatan efikasi diri sebesar 1%, kualitas pelayanan meningkat sebesar 0,235. Sebaliknya, penurunan efikasi diri sebesar 1% mengurangi kepuasan konsumen sebesar 0,235.
- d) Koefisien regresi dari harga (X3) berskor 0,299 yang berarti bahwa bila setiap kenaikan harga sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,299. Sebaliknya, ketika harga menurun sebesar 1%, kepuasan konsumen menurun sebesar 0,299.

2) Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) ini digunakan untuk mengetahui hasil dari uji t dapat diambil dasar keputusannya yaitu jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka tidak terjadi pengaruh. Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka terjadi pengaruh. Dalam mengetahui tabel t dapat dicari dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ . n adalah jumlah sampel, k jumlah variabel bebas. Dengan hasil (df)  $100- 3-1 = 96$ , taraf signifikansi sebesar  $5\% = 0,05:2 = 0,025$  (tes uji dua sisi) yaitu 1,985. adapun hasil dari pengujiannya, yaitu:

**Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,613	2,207		4,356	.000



X1.PRODUK	.159	.075	.265	2,113	.037
X2.KUALITAS PELAYANAN	.235	.091	.232	2,590	.011
X3.HARGA	.299	.144	.248	2,073	.041

Sumber: Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.15 bila nilai  $t$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel dan skor sig.  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Begitu pula sebaliknya, bila skor sig.  $>$  0,05 maka  $H_a$  ditolak serta  $H_0$  diterimadengan keterangan seperti berikut:

a) Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel produk menunjukkan skor  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,113 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,037 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Biantara Jaya Service.

b) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kualitas pelayanan menunjukkan skor  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,590 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,011 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Biantara Jaya Service.

c) Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel harga menunjukkan skor  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,073 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,041 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Biantara Jaya Service.

### 3) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan atau  $R^2$  bertujuan agar diketahui seberapa besar kontribusi efek produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Biantara Jaya Service. Dengan semakin besar kondisi  $R^2$  maka akan semakin besar pula persentase perubahan pada variabel terikat ( $Y$ ) yang disebabkan oleh variabel

bebas (X) dan sebaliknya. Berikut adalah hasil dari uji analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ):

**Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 <sup>a</sup>	.372	.353	2.23987

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Melihat hasil tabel 4.17 pada pengujian koefisien determinasi pada Adjusted R Square mendapatkan hasil 0,353. Maka bisa dalam hal ini, besarnya pengaruh dari variabel produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 35,3%. Adapaun sisa dari hasil tersebut yaitu 64,7 % bisa dipengaruhi selain variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

## B. Pembahasan

Hasil dari pengujian data dengan metode statistik dapat dilihat mengenai hasil parsial bahkan simultan semua variabel, yaitu produk, kualitas pelayanan, dan harga berefek signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun pembahasan bisa dilihat dari uraian dibawah ini:

### 1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Biantara Jaya Service Dalam Perspektif Islam

Hasil hipotesis pertama yang telah dilakukan dengan SPSS versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh skor koefisien 0,159, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapat skor T hitung 2,113 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,037 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $2,113 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,037 yang berarti skor ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki skor koefisien harga yang positif. Dengan demikian bila produk (X1) naik sebesar satu satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,159. Hasil dari pengujian ini berarti produk sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Biantara Jaya Service. Dengan demikian, PT Biantara Jaya Service harus menjaga produk yang dianggap semua kalangan dapat membantunya, jika produk yang

ditawarkan dapat membantu semua kalangan maka konsumen akan menjadi loyal terhadap produk yang telah dikelurkan karena dapat membantu bahkan meringankan para konsumen dan hal ini dapat dikatakan sebagai hal yang sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat terhadap PT Biantara Jaya Service.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Biantara Jaya Service Dalam Prespektif Islam**

Hasil hipotesis kedua yang telah dilakukan dengan SPSS versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh skor koefisien 0,235, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapat skor T hitung 2,590 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,011 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $2,590 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,011 yang berarti skor ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki skor koefisien kualitas pelayanan yang positif, . Dengan demikian bila kualitas pelayanan (X2) naik sebesar satu satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,235. Hasil dari pengujian ini berarti kualitas pelayanan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Biantara Jaya Service. Dengan demikian PT Biantara Jaya Service harus menjaga kualitas pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang ramah, sopan dan semaksimal mungkin agar para konsumen merasa nyaman, dengan demikian para konsumen akan merasa senang dengan pelayanan yang telah diberikan oleh PT Biantara Jaya Service dan akan kembali lagi bilamana para konsumen tersebut membutuhkan jasanya kembali.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan membuat konsumen loyal terhadap PT Biantara Jaya Service.

## **3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Biantara Jaya Service Dalam Prespektif Islam**

Hasil hipotesis ketiga yang telah dilakukan dengan SPSS versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh skor koefisien 0,299, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapat

skor T hitung 2,073 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,041 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $2,073 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,041 yang berarti skor ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki skor koefisien harga yang positif, . Dengan demikian bila harga (X3) naik sebesar satu satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,299. Hasil dari pengujian yang didapatkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Biantara Jaya Service. Dengan demikian, PT Biantara Jaya Service harus menjaga harga yang dianggap semua kalangan telah terjangkau, bilamana harga terjangkau untuk semua kalangan, konsumen akan menjadi loyal terhadap produk yang telah dikelurkan karena harga ini dapat dikatakan sebagai hal yang sangat berpengaruh dalam pengambilan laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu semakin murah harganya maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.