

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

Nama Usaha : CV. Orarie Jaya Sablon
 Nama Pendiri : Yudha Kukuh
 Tahun Berdiri : 2013
 Alamat : Jl. Nangka no.22 RT 4/RW 5,
 Kebon Wedarijaksa, Kec. Wedarijaksa, Kab. Pati
 Jam Operasional : Senin - Sabtu (07.00 – 16.00
 WIB)
 Merk Dagang : Orarie

Gambar 4. 1
Logo Usaha



a. Sejarah Singkat Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati

Konveksi Orarie merupakan usaha yang bergerak di bidang produk dan jasa pakaian atau konveksi pembuatan pakaian mikro garmen yang berlokasi di Jl. Nangka no.22 RT 4/RW 5, Kebon Wedarijaksa, Kec. Wedarijaksa, Kab. Pati, Jawa Tengah. Awal berdirinya Orarie ini ketika pengalaman mas Yudha atau pemilik usaha ini, saat itu bekerja di usaha sablon milik temennya yang berada di daerah Yogyakarta tahun 2011. Selama di sana mas Yudha belajar dengan temannya tersebut cara menyablon dan mendesain. Disisi lain mas Yudha memang sudah mempunyai hobi dalam menggambar.

Namun, dengan berjalannya waktu, akhirnya mas Yudha pulang ke tempat asal dan berniat untuk membuka usaha sablon sendiri. Dia mencari informasi tentang bagaimana cara memulai usaha

sablon atau mendesain baju. Dengan usaha dan kerja kerasnya, akhirnya mas Yudha dapat mendirikan usaha sablon sendiri di awal tahun 2013. Dia membuka usaha konveksi baju dan sablon yang dinamai dengan CV. Orarie Jaya Sablon. Produk-produk Orarie antara lain, kaos jersey, jaket, lanyard, kemeja, stiker, kunci dan lain sebagainya. Jumlah produk yang dibuat oleh Orarie setiap bulan sebanyak 200-400 pcs.

Setiap perusahaan atau organisasi pasti mempunyai visi dan misi yang dapat dijadikan sebagai acuan dan tujuan dalam mengembangkan perusahaannya tersebut, dengan begitu berikut visi dan misi dari Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati adalah :

1) **Visi**

Kami terus berkomitmen untuk membangun industri percetakan sablon dan konveksi lebih modern. Selalu mengutamakan ketepatan waktu produksi dan kualitas hasil produksi. Konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik kepada para customer.

2) **Misi**

- a) Menanamkan sifat kejujuran, kedisiplinan dalam bekerja untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.
- b) Berinovasi dan kreatif dalam perkembangan kualitas produk.

b. Karakteristik Responden

Penelitian ini termasuk dalam *field research*, merupakan pengambilan data penelitian ini melalui kuesioner atau nagket untuk mengetahui jawaban responden. Penyebaran angket dilakukan yaitu dengan cara peneliti memberikan angket kepada konsumen yang datang melakukan pemesanan atau konsumen yang pernah melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 80 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1) **Jenis Kelamin Responden**

Data mengenai jenis kelamin konsumen yang datang melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	17	21,3%
Perempuan	63	78,8%
Total	80	100%

Sumber: *Data primer yang Diolah, 2023*

Dilihat dari tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa konsumen Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa yang memiliki presentase tinggi dengan nilai 78,8% adalah jenis kelamin perempuan. Karena di zaman sekarang kaos itu menjadi trend di kalangan perempuan, dari segi warna, desain, bahkan ukuran kaos ada yang oversize untuk perempuan yang memakai hijab.

2) **Usia Responden**

Data mengenai usia responden laki-laki dan perempuan yang datang melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Usia Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
<25 tahun	38	47,5%
26-35 Tahun	17	21,3%
36-55 tahun	23	28,8%
>55 tahun	2	2,5%
Total	80	100%

Sumber: *Data primer yang Diolah, 2023*

Dilihat dari tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa konsumen Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa yang memiliki presentase tinggi dengan nilai 47,5% adalah yang berusia < 25 tahun. Karena usia tersebut tergolong usia remaja yang minat belinya itu masih tinggi, yang mana kaos menjadi trend pada saat ini.

3) Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden yang datang melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	31	38,8%
Karyawan/Pegawai	17	21,3%
Wiraswasta	10	12,5%
Ibu Rumah Tangga	11	13,8%
Lainnya	11	13,8%
Total	80	100%

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Dilihat dari tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa konsumen Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa yang memiliki presentase tinggi dengan nilai 38,8% adalah pelajar/mahasiswa. Karena Konveksi Orarie menerima pesanan dalam partai besar rata-rata pesanan dari sekolah ataupun kampus.

4) Selama 3 bulan terakhir berapa kali responden melakukan pemesanan

Data mengenai selama 3 bulan terakhir responden yang datang melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Selama 3 bulan terakhir berapa kali
responden melakukan pemesanan

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
2-3 kali	32	40%
3-5 kali	27	33,8%
>5 kali	21	26,3%
Total	80	100%

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Dilihat dari tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa selama 3 bulan terakhir konsumen melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa yang memiliki presentase tinggi dengan nilai 40% adalah yang melakukan pemesanan 2-3 kali, karena mungkin konsumen hanya melakukan pemesanan waktu ada keperluan saja.

c. Deskripsi Jawaban Responden
1) Kualitas Pelayanan

Penyebaran kuesioner mengenai kualitas produk terhadap 80 responden yang telah melakukan pemesanan di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati. Adapun tanggapan responden mengenai pertanyaan tentang kualitas pelayanan sebagai berikut :

Tabel 4. 5
Deskripsi Jawaban Variabel “Kualitas Pelayanan”

Varia bel	Item	To tal ST S	%	To tal TS	%	To tal N	%	To tal S	%	To tal SS	%	Ra ta rat a
Kualit as Pelay anan (X1)	P1	0	0 %	1	1,3 %	11	13, 8%	66	82, 5%	2	2,5 %	3,8 6
	P2	0	0 %	0	0%	4	5,0 %	61	76, 3%	15	18, 8%	4,1 3
	P3	0	0 %	0	0%	2	2,5 %	63	78, 8%	15	18, 8%	4,1 6
	P4	0	0 %	26	32, 5%	24	30, 0%	25	31, 3%	5	6,3 %	3,1 1
	P5	0	0 %	12	15, 0%	17	21, 3%	49	61, 3%	2	2,5 %	3,3 8
	P6	0	0 %	10	12, 5%	14	17, 5%	55	68, 8%	1	1,3 %	3,5 8

Varia bel	Item	To tal ST S	%	To tal TS	%	To tal N	%	To tal S	%	To tal SS	%	Ra ta- rat a
	P7	0	0 %	1	1,3 %	10	12, 5%	65	81, 3%	4	5,0 %	3,9 1

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Kesimpulan :

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 3 sebanyak 4,16 yang menyatakan bahwa pelayanan administrasi yang diberikan Konveksi Orarie cepat dan tepat seperti pembayaran, kelengkapan pemesanan, dll sehingga konsumen merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Dan jawaban dengan rata-rata rendah terdapat pada instrument nomor 4 sebanyak 3,11 yang menyatakan bahwa kurangnya pengalaman pada bagian admin saat menjawab pertanyaan konsumen.

2) Kualitas Produk

Adapun tanggapan responden mengenai pertanyaan tentang kualitas produk sebagai berikut :

Tabel 4. 6
Deskripsi Jawaban Variabel “Kualitas Produk”

Vari abel	Item	To tal ST S	%	To tal TS	%	To tal N	%	To tal S	%	To tal SS	%	Ra ta- rat a
Kuali tas Prod uk (X2)	P1	0	0 %	0	0 %	1	1,3 %	67	83, 8%	12	15, 0%	4,1 3
	P2	0	0 %	1	1,3 %	10	12, 5%	67	83, 8%	2	2,5 %	3,8 7
	P3	0	0 %	0	0 %	0	0%	66	82, 5%	14	17, 5%	4,1 7
	P4	0	0 %	4	5,0 %	16	20, 0%	53	66, 3%	7	8,8 %	3,7 8
	P5	0	0 %	4	5,0 %	13	16, 3%	59	73, 8%	4	5,0 %	3,8 3

Variabel	Item	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Rata-rata
	P6	0	0%	0	0%	8	10,0%	63	78,8%	9	11,3%	4,01
	P7	0	0%	1	1,3%	11	13,8%	62	77,5%	6	7,5%	3,91

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Kesimpulan :

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 3 sebanyak 4,17 yang menyatakan bahwa jenis kain yang digunakan memiliki kualitas yang baik dan bagus, karena di Konveksi Orarie itu mengutamakan pada kualitas produk seperti bahan yang adem, lembut, sehingga konsumen merasa nyaman ketika memakainya. Dan jawaban dengan rata-rata rendah pada instrument pertanyaan nomor 4 yang menyatakan bahwa ketika memakai produk Orarie terlihat keren, itu tergantung pada orang yang memakai sesuai style mereka masing-masing.

3) Harga

Adapun tanggapan responden mengenai pertanyaan tentang harga sebagai berikut :

Tabel 4. 7
Deskripsi Jawaban Variabel “Harga”

Variabel	Item	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Rata-rata
Harg a (X3)	P1	0	0%	0	0%	6	7,5%	61	76,3%	13	16,3%	4,08
	P2	0	0%	0	0%	2	2,5%	64	80,0%	14	17,5%	4,15
	P3	0	0%	9	11,3%	19	23,8%	50	62,5%	2	2,5%	3,56
	P4	0	0%	7	8,8%	16	20,0%	55	68,8%	2	2,5%	3,65

Variabel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%	Rata-rata
	P5	0	0%	0	0%	12	15,0%	64	80,0%	4	5,0%	3,90
	P6	0	0%	0	0%	5	6,3%	58	72,5%	17	21,3%	4,16
	P7	0	0%	1	1,3%	3	3,8%	65	81,3%	11	13,8%	4,07

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Kesimpulan :

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 6 sebanyak 4,16 yang menyatakan bahwa harga yang ditetapkan itu sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan konsumen, karena dengan harga 60.000 keatas sudah mendapatkan kaos dengan kualitas bahan yang bagus, lembut, adem, bahkan jahitan yang rapi sehingga konsumen merasa puas dengan harga yang mempunyai kualitas bagus. Dan jawaban dengan rata-rata rendah pada instrument pertanyaan nomor 3 yang menyatakan bahwa harga di Konveksi Orarie lebih terjangkau daripada harga produk yang sejenis, dikarenakan di sekitar Wedarijaksa itu ada konveksi yang sejenis akan tetapi harganya lebih rendah dibanding harga Konveksi Orarie.

4) Kepuasan Konsumen

Adapun tanggapan responden mengenai pertanyaan tentang kepuasan konsumen sebagai berikut :

Tabel 4. 8
Deskripsi Jawaban Variabel “Kepuasan Konsumen”

Varia bel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%	Ra ta-rat a
Kepua san	P1	0	0%	0	0%	6	7,5%	69	86,3%	5	6,3%	3,98

Varia bel	Ite m	To tal ST S	%	To tal TS	%	To tal N	%	To tal S	%	To tal SS	%	Ra ta- rat a
Konsu men (Y)	P2	0	0 %	27	33, 8%	22	27, 5%	26	32, 5%	5	6,3 %	3,1 1
	P3	0	0 %	0	0%	15	18, 8%	59	73, 8%	6	7,5 %	3,8 8
	P4	0	0 %	0	0%	6	7,5 %	65	81, 3%	9	11, 3%	4,0 3
	P5	0	0 %	0	0%	0	0%	67	83, 8%	13	16, 3%	4,1 6
	P6	0	0 %	0	0%	1	1,3 %	70	87, 5%	9	11, 3%	4,1 0
	P7	0	0 %	0	0%	0	0%	69	86, 3%	11	13, 8%	4,1 3

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Kesimpulan :

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 5 sebanyak 4,16 yang menyatakan bahwa konsumen akan menceritakan kepuasannya setelah melakukan pembelian di Konveksi Orarie, karena agar semua masyarakat Wedarijaksa dapat mengetahui kualitas yang ada pada Konveksi Orarie, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Dan jawaban dengan rata-rata rendah pada instrument pertanyaan nomor 2 yang menyatakan bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang karena sudah mengetahui kualitas produk dari Konveksi Orarie.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dibuat untuk menghitung kebenaran pernyataan hasil kuesioner. Uji ini dapat dikatakan *valid* apabila nilai dari r hitung > r tabel. Rumus $df = n - k$ dengan bandingan signifikansi 5 % (0,05) digunakan untuk mengetahui skor dari r tabel. Adapun hasil dari penelitian ini dengan menggunakan program SPSS yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Item 1	0,706	0,220	Valid
	Item 2	0,423	0,220	Valid
	Item 3	0,453	0,220	Valid
	Item 4	0,628	0,220	Valid
	Item 5	0,771	0,220	Valid
	Item 6	0,763	0,220	Valid
	Item 7	0,739	0,220	Valid
Kualitas Produk (X2)	Item 1	0,492	0,220	Valid
	Item 2	0,530	0,220	Valid
	Item 3	0,573	0,220	Valid
	Item 4	0,597	0,220	Valid
	Item 5	0,666	0,220	Valid
	Item 6	0,444	0,220	Valid
	Item 7	0,663	0,220	Valid
Harga (X3)	Item 1	0,593	0,220	Valid
	Item 2	0,662	0,220	Valid
	Item 3	0,620	0,220	Valid
	Item 4	0,622	0,220	Valid
	Item 5	0,474	0,220	Valid
	Item 6	0,659	0,220	Valid
	Item 7	0,403	0,220	Valid
	Item 1	0,557	0,220	Valid

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Item 2	0,759	0,220	Valid
	Item 3	0,655	0,220	Valid
	Item 4	0,548	0,220	Valid
	Item 5	0,683	0,220	Valid
	Item 6	0,712	0,220	Valid
	Item 7	0,647	0,220	Valid

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari masing-masing item pertanyaan mempunyai nilai r hitung > nilai r tabel (0,220). Kemudian dapat diketahui dari semua item pertanyaan dalam kuesioner atau angket dapat dinyatakan valid dan bernilai positif.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Sebaliknya, jika nilai *cronbach's alpha* < 0,60 maka disebut tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas responden yang dilakukan terhadap 80 responden dapat diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coeffience	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	7 item	0,743	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	7 item	0,642	Reliabel
Harga (X3)	7 item	0,654	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	7 item	0,725	Reliabel

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) serta Kepuasan Konsumen (Y) mendapatkan hasil bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,60 yang menunjukkan semua variabel adalah reliabel.

c. Hasil Uji Pra Syarat

Dalam uji pra syarat ini yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, yaitu sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Bagian dari uji asumsi klasik adalah uji normalitas, yang bertujuan untuk menentukan apakah nilai residual dapat berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual yang berdistribusi normal adalah tanda model regresi yang baik. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data terdistribusi secara normal. Maksimal tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05, maka data tersebut terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

Tabel 4. 11
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77991119
4Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.141
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.262
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

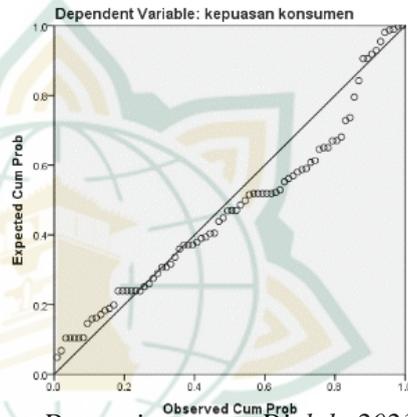
Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig) adalah $0,083 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dari grafik probability plot. Sebagai dasar pengambilan keputusan.

Gambar 4. 2

Hasil Uji Normalitas Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Menurut hasil uji normalitas P-P Plot tersebut, diketahui titik terbesar di sekeliling garis diagonal dan perbesaran titik pada data sebagian besar mengikuti garis diagonal, sehingga dapat diartikan bahwa model asumsi regresi telah mencukupi asumsi normalitas. Sehingga model regresi dapat digunakan dalam mengkaji pada variabel independent (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasa konsumen).

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda antar variabel independent tidak boleh saling terjadi multikolinieritas. Model regresi

multikolinieritas mempunyai nilai VIF < 10 dan mempunyai angka *tolerance* > 0,10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinieritas

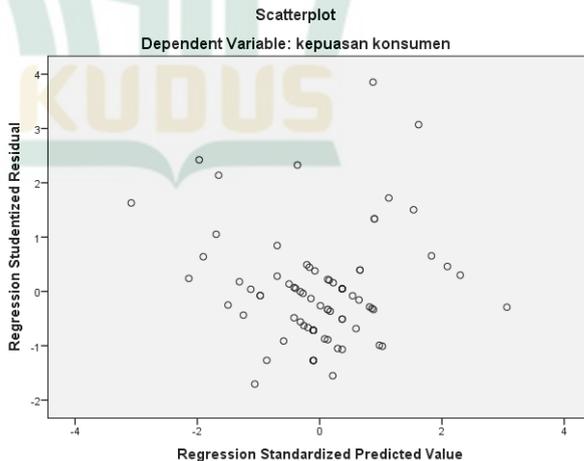
Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,240	4,165
Kualitas Produk	0,432	2,317
Harga	0,321	3,118

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh variabel kualitas pelayanan 0,240, variabel kualitas produk 0,432 dan variabel harga 0,321. Sedangkan nilai VIF variabel kualitas pelayanan 4,165, variabel kualitas produk 2,317, dan variabel harga 3,118. Dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10 dan mempunyai nilai *tolerance* yang lebih tinggi dari 0,10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Dilihat dari hasil grafik Scatterplot di atas, dapat diperhatikan bahwa adanya pola yang tidak jelas serta titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya persamaan regresi keterkaitan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati. Hasil dari uji analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Konstanta	17,664	3,306
Kualitas Pelayanan (X1)	0,313	0,149
Kualitas Produk (X2)	0,646	0,157
Harga (Y)	-0,593	0,166

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan nilai analisis regresi linier berganda diperoleh model persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + e$$

$$Y = 17,664 + 0,313 + 0,646 + (-0,593) + e$$

Persamaan linier berganda tersebut dapat dianalisis dengan keterangan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta (α) positif sebesar 17,664 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) nilainya adalah nol (0),

maka kepuasan konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar nilainya 17,664.

- b) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,313 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 100%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 31,3% apabila variabel independen yang lainnya dianggap konstan.
- c) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,646 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 100%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 64,6% apabila variabel independen yang lainnya dianggap konstan.
- d) Nilai koefisien regresi variabel harga (X3) sebesar -0,593 dengan arah koefisien negatif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 100%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami penurunan sebesar -59,3% apabila variabel independent yang lainnya dianggap konstan.

2) Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui besaran nilai variabel bebas secara parsial (individu) dalam memberikan pengaruh kepada variabel terikat. Tabel distribusi t dihitung dengan rumus yaitu $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 76) = 1,992$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Tetapi jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$, maka H_o

diterima dan H_a ditolak. Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 14
Hasil Uji t (Parsial)

Model	t hitung	t tabel	Sig.
Konstanta	5,343	1,992	0,000
Kualitas Pelayanan (X1)	2,100	1,992	0,039
Kualitas Produk (X2)	4,127	1,992	0,000
Harga (X3)	-3,568	1,992	0,001

Sumber: *Data primer yang Diolah, 2023*

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a) Hasil uji t di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung 2,100 yang mana nilai t tabel adalah 1,992 dan memiliki nilai signifikansi 0,039 yang mana $< \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati
- b) Hasil uji t di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung 4,127 yang mana nilai t tabel adalah 1,992 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 yang mana $< \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif mengenai kepuasan konsumen di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati.
- c) Hasil uji t di atas menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai -0,3568 yang mana nilai t tabel adalah 1,992 dan memiliki nilai signifikansi 0,001 yang mana $< \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan, akan tetapi bersifat negatif

terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati.

3) Uji F (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika nilai F hitung > F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel independent mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Nilai F tabel diperoleh dengan menggunakan rumus yaitu $F(k; n-k) = F(3, 77) = 2,723$

Tabel 4. 15
Hasil Uji F (Simultan)

	Model	Sum of Square	D f	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	139,271	3	46,424	14,097	.000 ^b
	Residual	250,279	76	3,293		
	Total	389,550	79			

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Dari hasil uji anova atau F test, diperoleh F hitung 14,097 > F tabel 2,723 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.

4) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3), sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Hasil perhitungan koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,598 ^a	0,358	0,332	1,81470

Sumber: Data primer yang Diolah, 2023

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,332, yang artinya pengaruh variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat yaitu sebesar 33,2% sedangkan sisanya yaitu sebesar 66,8% dipengaruhi oleh variabel yang lainnya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian data dengan metode statistik dapat dilihat mengenai hasil parsial dan simultan semua variabel, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga diperoleh pembahasan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.

Hipotesis pertama (H1) penelitian ini yaitu kualitas pelayanan terdapat pengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati diperoleh nilai t hitung sebesar 2,100 dengan nilai t tabel 1,992 berarti t hitung > t tabel (2,100 > 1,992) dengan signifikansi 0,039 < 0,05. t hitung positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati.

Dari observasi di lapangan serta melalui penyebaran kuesioner, asumsi peneliti mendapatkan hasil bahwa konsumen tidak khawatir dengan pelayanan yang diberikan oleh Konveksi Orarie, karena hal tersebut sudah dibuktikan dengan karyawan Konveksi Orarie yang bersikap sopan,

ramah, respon yang baik saat melayani konsumen, selain itu juga karyawan berpenampilan rapi. Sesuai dengan visi dan misi yang ada bahwa Konveksi Orarie selalu mengutamakan ketepatan waktu produksi dan sebisa mungkin konsisten dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada para customer. Sehingga hal tersebut menjadikan konsumen merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat adanya kebaruan pada variabel kualitas pelayanan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 3 sebanyak 4,16 yang menyatakan bahwa pelayanan administrasi yang diberikan Konveksi Orarie cepat dan tepat seperti pembayaran, kelengkapan pemesanan, dll sehingga konsumen merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang didasarkan atas *Theory Planned Of Behavior* yang dilakukan oleh Pamela Montung, Jantje Sepang, dan Decky Adare yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru”. Dalam penelitiannya menghasilkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan mengacu pada tingkat keunggulan yang diharapkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.¹ Salah satu cara agar Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati memiliki keunggulan dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya. Kuncinya adalah memenuhi harapan konsumen akan kualitas pelayanan.

2. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.**

Hipotesis kedua (H2) penelitian ini yaitu kualitas produk terdapat pengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan

¹ Montung et al., “The Influence Of Produk Quality, Service Quality And Price Perception To Customers Satisfaction On Kawan Baru Restaurant.”

bahwa kualitas produk perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati diperoleh nilai t hitung sebesar 4,127 dengan nilai t tabel 1,992 berarti t hitung $>$ t tabel ($4,127 > 1,992$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. t hitung positif artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati.

Dari observasi yang dilakukan peneliti di lapangan serta melalui penyebaran kuesioner, asumsi peneliti mendapatkan hasil bahwa kualitas produk yang ada di Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati berkualitas baik. Hal ini dibuktikan dengan kualitas jahitan yang baik, desain produk yang berbeda dari konveksi lain, finishing produknya yang rapi dan dapat diandalkan, karena Konveksi Orarie mengutamakan kualitas mutu sesuai keinginan konsumen. Hal ini yang membuat para konsumen untuk datang kembali lagi ke Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati.

Dalam penelitian ini terdapat adanya kebaruan pada variabel kualitas produk bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 3 sebanyak 4,17 yang menyatakan bahwa jenis kain yang digunakan memiliki kualitas yang baik dan bagus, karena di Konveksi Orarie itu mengutamakan pada kualitas produk seperti bahan yang adem, lembut, sehingga konsumen merasa nyaman ketika memakainya. Sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang didasarkan atas *Theory Planned Of Behavior*, yang dilakukan oleh Hana Ofela yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi”. Dalam penelitiannya menghasilkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.² Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang

² Ofela, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi.”

diberikan Konveksi Orarie akan meningkatkan kepuasan konsumen.

3. **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.**

Hipotesis ketiga (H3) penelitian ini yaitu harga terdapat pengaruh signifikan, akan tetapi bernilai negatif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati diperoleh nilai t hitung sebesar $-3,568$ dengan nilai t tabel $1,992$ berarti t hitung $>$ t tabel ($-3,568 > 1,992$) dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga terdapat pengaruh secara signifikan negatif terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti melalui penyebaran kuesioner mendapatkan hasil bahwa harga yang ditetapkan oleh Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati seperti harga yang terjangkau, harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat, harga sesuai dengan kualitas, harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan merk lain, itu dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi penentuan harga sangat penting untuk memberikan value kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk.

Dalam penelitian ini adanya pembaruan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 6 sebanyak 4,16 yang menyatakan bahwa harga yang ditetapkan itu sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan konsumen, karena dengan harga 60.000 keatas sudah mendapatkan kaos dengan kualitas bahan yang bagus, lembut, adem, bahkan jahitan yang rapi sehingga konsumen merasa puas dengan harga yang mempunyai kualitas bagus. Sehingga hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dian Yunitasari yang berjudul "Pengaruh Produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restaurant KFC" menggunakan *Theory Of Planned Of Behavior*. Dalam penelitiannya menghasilkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan dan

bersifat positif terhadap kepuasan konsumen.³ Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa harga yang diberikan oleh Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.

Hasil dari uji hipotesis dapat diperoleh F hitung sebesar 14,097 dan nilai F tabel 2,723. Berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,097 > 2,723$). Dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, serta harga memiliki nilai tinggi maka terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi pada variabel harga bernilai tinggi, namun negatif.

Dalam penelitian ini terdapat adanya kebaruan bahwa rata-rata jawaban paling tinggi pada instrument pertanyaan nomor 5 sebanyak 4,16 yang menyatakan bahwa konsumen akan menceritakan kepuasannya setelah melakukan pembelian di Konveksi Orarie, karena agar semua masyarakat Wedarijaksa dapat mengetahui kualitas yang ada pada Konveksi Orarie, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Dari semua variabel bebas yang tercantum di atas, yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara individual menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel yang berkaitan dengan kualitas produk mengidentifikasi pengaruh yang lebih besar atau dominan terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati. Diperoleh nilai variabel tersebut sebesar 4,127 yang lebih besar daripada variabel lainnya. Variabel produk merupakan salah satu variabel yang terpenting karena produk dapat ditemukan dipasar untuk dibeli, dijual,

³ Yunitasari and Lestariningsih, "Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Kfc."

diperdagangkan, untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.⁴



⁴ Gita Cahyani, “Sonang Sitohang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.”