

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

- a. Profil Singkat CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi
 - Nama Perusahaan : CV. Cipta Harmoni Buah
 - Alamat : Jl. Raya Ps. Setu No.53, Cibuntu, Kec. Cibitung, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
 - Telepon :
 - Bidang/Jenis Usaha : Distributor Buah
 - Merk Dagangan : Cipta Harmoni Buah
 - Jumlah Karyawan : 30 orang
- b. Sejarah Singkat CV. Cipta Harmoni Buah

Dimulainya usaha toko Cipta Harmoni Buah pada bulan juli tahun 1990. Toko Cipta Harmoni Buah diambil dari nama pemiliknya yaitu sucipta, toko Cipta Harmoni Buah ini di rintis pada awal usahanya dimulai pada saat pemilik toko menyewa tempat untuk usaha nya tersebut di pasar Kramat Jati Angke tepatnya di Jakarta Barat dan dipasar tersebut hanya ada 2 pemilik usaha yang berfokus pada penjualan buah, awal merintis toko Cipta Harmoni Buah ini hanya berfokuskan pada penjualan buah jeruk pontianak, karna pada saat itu buah jeruk Pontianak sedang diminati oleh banyak masyarakat. Satu bulan merintis toko buah ini hanya bisa mendapatkan kurang lebih *suplayer* buah sebanyak 25 peti dalam satu hari dan untuk pengambilan 25 peti tersebut dapat di ambil di Pelabuhan Sunda Kelapa karna pembongkaran peti buah jeruk pontianak tersebut hanya ada di satu tempat tersebut. Satu bulan kedepan toko Cipta Harmoni Buah hanya mendapatkan 45 peti buah dengan bobot perpeti buah tersebut 20kg sedangkan *competitor* atau pesaing lainnya bisa mendapatkan 400 sampai 500 peti buah jeruk Pontianak dalam satu hari, dari kejadian tersebut pemilik toko Cipta Harmoni Buah memiliki hasrat untuk dapat mengambil peti buah jeruk pontianak yang lebih banyak lagi salah satu strategi yang digunakan oleh pemilik toko Cipta Harmoni

Buah yaitu dengan melakukan pendekatan kepada *marketing* buah jeruk Pontianak yang ada di pelabuhan sunda kelapa dan juga melakukan pendekatan terhadap anak buah kapal (ABK) yang sedang melakukan pembongkaran buah jeruk Pontianak tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan peti buah jeruk Pontianak lebih banyak lagi.

Selama proses negoisasi dengan *marketing* buah jeruk Pontianak kurang lebih satu bulan akhirnya bisa mendapatkan kesepakatan dengan *marketing* tersebut bahwa dalam satu hari pemilik toko Cipta Harmoni Buah dapat mengambil kurang lebih 400 peti dalam satu satu hari, tentunya dalam 400 peti buah jeruk pontianak tersebut juga terdapat beberapa peti buah yang sudah tidak segar atau kurang baik, hal ini menjadi penyemangat pemilik toko Cipta Harmoni Buah untuk dapat lebih berkembang lagi. Seiring berjalannya waktu kurang lebih satu setengah tahun atau pada tahun 1992 pemilik toko Cipta Harmoni Buah mendapatkan kepercayaan dari *marketing* buah jeruk Pontianak yang ada di Pelabuhan Sunda Kelapa tersebut, kepercayaan *marketing* tersebut tidak di sia-siakan oleh pemilik Cipta Harmoni Buah hal tersebut tidak terlepas dari kegigihan serta kejujuran dari pemilik toko Cipta Harmoni Buah tersebut pada tahun 1992 pemilik toko Cipta Harmoni Buah dapat memilih sendiri buah yang ada di Pelabuhan Sunda Kelapa. Toko Cipta Harmoni Buah dapat berkembang dan melejit di pasaran. Akhirnya pada tahun 1993 nama sucipta sebagai pemilik atau pemilik toko Cipta Harmoni Buah dapat dikenal disemua kalangan pedangan.

Seiring berjalannya waktu pada tahun 1996 buah jeruk pontianak mengalami kelangkaan dan penurunan drastis pada saat itu toko Cipta Harmoni Buah juga mengalami penurunan dan pemilik pulang di daerah asalnya yaitu di kabupaten Demak. Saat dikampung halaman pemilik meminta do'a dan restu kepada orang tua agar toko Cipta Harmoni Buah tersebut dapat berkembang lagi. Berkat do'a dan restu

orang tua tersebut ahirnya buah jeruk Pontianak kembali seperti semula.

Pada tahun 1998 buah jeruk Pontianak mengalami peningkatan kembali, pada saat itu marketing buah jeruk Pontianak memberikan informasi kepada pemilik Cipta Harmoni Buah bahwa terdapat buah jeruk Pontianak sebanyak satu kapal yang berjumlah 2.500 peti, hal itu tidak di sia-siakan oleh pemilik toko Cipta Harmoni Buah untuk dapat mengambil buah jeruk Pontianak lagi dan *marketing* tersebut memberikan penawaran husus kepada pemilik Cipta Harmoni Buah untuk dapat membeli satu kapal penuh buah jeruk Pontianak dengan jumlah 2.500 peti tersebut. Pemilik toko buah cipta harmoni memiliki karyawan yang bernama Mastoyib yang di tugaskan khusus oleh pemilik toko Cipta Harmoni Buah untuk mengontrol ruko yang ada di pasar sedang kan pemilik toko Cipta Harmoni Buah mengontrol langsung stok buah jeruk Pontianak yang ada di Pelabuhan Sunda Kelapa. Tahun tersebut pemilik toko Cipta Harmoni Buah mengalami keuntungan sebesar 1,5 miliar.

Pada tahun 2000 toko Cipta Harmoni Buah juga menjual beberapa buah impor yang di *supply* oleh H. Mashudi dari Malang di antara nya buah apel, pir dan anggur untuk di jual di pasar Kramat Jati Angke dari sinilah awal mula berkembangnya toko Cipta Harmoni Buah sampai sekarang. Hal tersebut toko cipta harmoni buah memiliki beberapan cabang yang ada di JABODETABEK dan Pematang yang memiliki kurang lebih sebanyak 30 karyawan. Toko buah Cipta Harmoni ini ahirnya menjadi distributor buah terlengkap di JOBODETABEK dan Pematang.

c. Visi Misi dan Tujuan CV. Cipta Harmoni Buah

Sejak awal berdirinya sebuah pasar buah mempunyai tujuan utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi dan merasa puas atas jasa yang diberikan otomatis pasar buah akan memperoleh keuntungan sehingga tujuan pasar buah akan tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut CV.

Cipta Harmoni Buah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

Visi

Menjadikan pasar buah CV. Cipta Harmoni Buah sebagai jaringan pasar yang terpercaya dan berkualitas untuk menjadi pilihan masyarakat. Dengan visi diatas, diharapkan CV. Cipta Harmoni Buah bisa menjadi pusat perbelanjaan yang tetap di prioritaskan oleh masyarakat Bekasi, sehingga CV. Cipta Harmoni Buah bisa mempertahankan Citra Pasar terlengkap di Bekasi.

Misi

- 1) Membangun sumber daya manusia yang terampil, tangguh dan bermotivasi.
- 2) Membangun jaringan pasar buah yang berkualitas di setiap kota atau kabupaten di Bekasi
- 3) Memberikan nilai lebih bagi pemilik, pelanggan, karyawan. Mitra kerja dan masyarakat.

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Gambaran Umum Responden

Ciri-ciri responden dijelaskan agar dapat menerangkan keadaan responden yang dapat menunjukkan informasi lebih supaya hasil penelitiannya bisa dipahami. Penelitian ini merupakan survei lapangan dengan menggunakan system yang menggumpulakan CV. Cipta Harmoni Buah. Bersumber 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 CV. Cipta Harmoni Buah sebagaimana yang dapat dilihat dari tabel beriku ini:

Tabel 4.1 Hasil Jenis Kelamin Responden

| NO | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase % |
|----|---------------|--------|--------------|
| 1 | Laki-laki | 85 | 85% |
| 2 | Perempuan | 15 | 15% |
| | Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data yang diolah tahun 2023

Dilihat dari tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa dalam katagori jenis kelamin responden yang ada di CV. Cipta Harmoni Buah adalah 100 responden. Kategori buah maupun sejenisnya mayoritas laki-laki yang mengontrol pekerjaan biasanya dikakukan oleh pegawai, seperti memilih buah yang segar. Dengan demikian, kebanyakan pembeli buah dilakukan oleh laki-laki sebanyak 85 konsumen dengan presentase 85% dan perempuan 15 konsumen dengan presentase 15%. Presentase laki-laki lebih besar karena lebih banyak laki-laki yang membeli dalam hal relasi atau hubungan lebih paham karna laki-laki sering terjun langsung dilapangan atau dipasar tidak hanya itu kekuatan energi laki-laki juga lebih kuat untuk mengangkat buah yang berat. Oleh karena itu, dalam pembelian di CV. Cipta Harmoni Buah kebanyakan dilakukan oleh laki-laki.

2) Usia

Ciri yang ada saat pengambilan sampel di CV. Cipta Harmoni Bekasi terlihat bahwa banyaknya usia yang telah dewasa bahkan orang tua. Usia responden dalam penelitian ini dibagi dalam lima kelompok, pertama 25-30 tahun, kedua 30-35 tahun, ketiga 35-40 tahun, keempat 40-45 tahun. Terakhir yaitu umur 45-50 tahun. Adapun usia konsumen yang ada di CV. Cipta Harmoni Bekasi yaitu:

Tabel 4.2 Hasil Usia Responden

| No | Usia | Jumlah | Prosentase % |
|----|--------|--------|--------------|
| 1 | 25-30 | 30 | 30% |
| 2 | 30-35 | 46 | 46% |
| 3 | 35-40 | 18 | 18% |
| 4 | 40-45 | 3 | 3% |
| 5 | 45-50 | 3 | 3% |
| | Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data Penelitian yang di olah tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.2 diketahui dari jumlah usia yang dijadikan sebagai responden penelitian dari CV. Cipta Harmoni Bekasi

kebanyakan konsumen di atas usia 30-35 dan jumlah yang di peroleh 46 orang dengan prosentas 46%. Pada umur 30-35 tahun usia seseorang sangat produktif dan lebih giat untuk bekerja dan mengembangkan bisnisnya.

b. Frekuensi variable

Dari beberapa tanggapan yang telah dihasilkan dari 100 responden yang di anggap sebagai konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen adalah:as produk

Hasil jawaban responden mengenai variable kualitas produk yang diberikan kepada 100 konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.

Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Variabel Kualitas Produk

| Pertanyaan | ST | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|--|----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|-----|
| Ukuran buah CV. Cipta Harmoni Buah yang saya beli lebih besar dari ukuran rata-rata buah yang ada dipasaran. | - | - | 1 | 1% | 11 | 11% | 42 | 42% | 46 | 46% |
| Saya merasa Buah yang dijual di CV. Cipta Harmoni Buah ini memiliki warna yang menarik. | 4 | 4% | 1 | 1% | 8 | 8% | 45 | 45% | 42 | 42% |
| Banyak nya variasi buah di CV. Cipta Harmoni Buah ini lebih menarik dibandingkan dengan toko buah lainnya. | - | - | 4 | 4% | 3 | 3% | 43 | 43% | 50 | 50% |
| Saya percaya bahwa buah yang di jual di | - | - | 1 | 1% | 8 | 8% | 38 | 38% | 53 | 53% |

| Pertanyaan | ST | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|--|----|----|----|----|---|----|----|-----|----|-----|
| CV. Cipta Harmoni Buah memiliki kualitas yang baik. | | | | | | | | | | |
| Saya percaya buah yang di jual di CV. Cipta Harmoni Buah masih dalam keadaan segar. | 2 | 2% | 7 | 7% | 5 | 5% | 31 | 31% | 55 | 55% |
| Saya yakin bahwa tingkat kematangan buah di CV. Cipta Harmoni Buah sesuai dengan konsumen. | - | - | - | - | 3 | 3% | 35 | 35% | 62 | 62% |
| Saat membeli di CV. Cipta Harmoni Buah bila terdapat buah yang rusak/ busuk maka akan diganti dengan buah yang lain. | 1 | 1% | 2 | 2% | 1 | 1% | 36 | 36% | 60 | 60% |
| Saya suka dengan produk buah-buahan di CV. Cipta Harmoni Buah karna banyak tampilan yang menarik menjadi perhatian konsumen. | - | - | 3 | 3% | 6 | 6% | 25 | 25% | 66 | 66% |
| Saya merasa CV. Cipta Harmoni Buah | 2 | 2% | 4 | 4% | 2 | 2% | 43 | 43% | 49 | 49% |

| Pertanyaan | ST | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|--|----|---|----|---|---|---|---|---|----|---|
| memberikan kualitas buah yang bagus, manis dan dapat dipercaya kematangannya | | | | | | | | | | |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

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

- a) Pertanyaan pertama: Ukuran buah CV. Cipta Harmoni Buah yang saya beli lebih besar dari ukuran rata-rata buah yang ada dipasaran. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen mengisi tidak setuju dengan perolehan prosentase (1%) netral sebanyak 11 dengan prosentase (11%) setuju sebanyak 46 dengan perolehan prosentase (46%) serta sangat setuju sebanyak 42 dengan perolehan prosentase (42%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan ukuran yang lebih besar dari ukuran buah yang ada dipasar.
- b) Pertanyaan kedua: Saya merasa Buah yang dijual di CV. Cipta Harmoni Buah ini memiliki warna yang menarik. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 4 konsumen mengisi sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (4%) tidak setuju sebanyak 1 dengan perolehan prosentase (1%) netral sebanyak 8 dengan perolehan prosentase (8%) setuju sebanyak 46 dengan perolehan prosentase (46%) sangat setuju sebanyak 42 dengan perolehan prosentase (42%). Sehingga dapat dinyatakan

bahwa responden setuju dengan warna yang menarik.

- c) Pertanyaan ketiga: Banyak nya variasi buah di CV. Cipta Harmoni Buah ini lebih menarik dibandingkan dengan toko buah lainnya. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen mengisi tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) setuju sebanyak 46 dengan perolehan prosentase (46%) sangat setuju sebanyak 42 dengan perolehan prosentase (42%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan banyaknya varian produk.
- d) Pertanyaan keempat: Saya percaya bahwa buah yang di jual di CV. Cipta Harmoni Buah memiliki kualitas yang baik. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen memilih tidak setuju dengan perolehan prosentase (1%) netral sebanyak 8 dengan perolehan prosentase (8%) setuju sebanyak 38 dengan perolehan prosentase (38%) sangat setuju sebanyak 53 dengan perolehan prosentase (53%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan kualitas yang baik.
- e) Pertanyaan kelima: Saya percaya buah yang di jual di CV. Cipta Harmoni Buah masih dalam keadaan segar. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) tidak setuju sebanyak 7 dengan perolehan prosentase (7%) netral sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) setuju sebanyak 31 dengan perolehan prosentase (31%) sangat setuju sebanyak 52 dengan perolehan prosentase (52%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan buah yang dijual masih segar.

- f) Pertanyaan keenam: Saya yakin bahwa tingkat kematangan buah di CV. Cipta Harmoni Buah sesuai dengan konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen memilih netral dengan perolehan prosentase (3%) setuju sebanyak 35 dengan perolehan prosentase (35%) sangat setuju sebanyak 61 dengan perolehan prosentase (61%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan tingkat kematangan buah.
- g) Pertanyaan ketujuh: Saat membeli di CV. Cipta Harmoni Buah bila terdapat buah yang rusak atau busuk maka akan diganti dengan buah yang lain. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen yang memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (1%) tidak setuju sebanyak 2 dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 1 dengan perolehan prosentase (1%) setuju sebanyak 36 dengan perolehan prosentase (36%) sangat setuju sebanyak 60 dengan perolehan prosentase (60%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan adanya buah yang busuk maka akan diganti buah yang segar.
- h) Pertanyaan kedelapan: Saya suka dengan produk buah-buahan di CV. Cipta Harmoni Buah karna banyak tampilan yang menarik menjadi perhatian konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen yang memilih tidak setuju dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 6 dengan perolehan prosentase (6%) setuju sebanyak 25 dengan perolehan prosentase (25%) sangat setuju sebanyak 64 dengan perolehan prosentase (64%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan banyaknya tampilan buah yang menarik.

i) Pertanyaan kesembilan: Saya merasa CV. Cipta Harmoni Buah memberikan kualitas buah yang bagus, manis dan dapat dipercaya kematangannya. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen yang memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) tidak setuju sebanyak 4 dengan perolehan prosentase (4%) netral sebanyak 2 dengan prosentase (2%) setuju sebanyak 43 dengan perolehan prosentase (47%) sangat setuju sebanyak 49 dengan perolehan prosentase (49%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan matangnya tingkat kematangan buah.

1) Kualitas Pelayanan

Hasil jawaban responden mengenai variabel saluran distribusi yang diberikan kepada 100 konsumen di CV. Cipta Harmoni Buah adalah:

Tabel 4.4 Hasil Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

| Pertanyaan | STS | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|--|-----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|-----|
| Karyawan CV. Cipta Harmoni Buah ramah dengan konsumen. | 3 | 3% | - | - | 14 | 14% | 48 | 48% | 35 | 35% |
| Karyawan CV. Cipta Harmoni Buah melayani pembeli dengan sigap dan cepat. | 3 | 3% | 3 | 3% | 12 | 12% | 51 | 51% | 31 | 31% |
| Karyawan CV. Cipta Harmoni Buah memiliki pengetahuan (<i>product knowledge</i>) yang baik tentang buah yang di jual. | 3 | 3% | 3 | 3% | 16 | 16% | 41 | 41% | 37 | 37% |

| Pertanyaan | STS | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|---|-----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|-----|
| CV. Cipta Harmoni Buah memiliki karyawan yang dapat berkomunikasi dengan konsumen secara baik. | 1 | 1% | 3 | 3% | 12 | 12% | 50 | 50% | 34 | 34% |
| Tempat usaha CV. Cipta Harmoni Buah selalu memberikan kenyamanan dan menjaga kebersihan lingkungan kepada konsumen. | - | - | 2 | 2% | 18 | 18% | 39 | 39% | 40 | 40% |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.4 dapat dilihat terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel kualitas pelayanan mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yaitu:

- a) Pertanyaan pertama: Karyawan CV. Cipta Harmoni Buah ramah dengan konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen mengisi sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 14 dengan perolehan prosentase (14%) setuju sebanyak 48 dengan perolehan prosentase (48%) sangat setuju sebanyak 35 dengan perolehan prosentase (35%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan keramahan karyawan yang ada.
- b) Pertanyaan kedua: Karyawan CV. Cipta Harmoni Buah melayani pembeli dengan sigap dan cepat. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen mengisi sangat tidak setuju dengan

perolehan prosentase (3%) tidak setuju sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 12 dengan perolehan prosentase (12%) setuju sebanyak 51 dengan perolehan (51%) sangat setuju sebanyak 31 dengan perolehan prosentase (31%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan sigapnyakaryawan melayani konsumen.

- c) Pertanyaan ketiga: Karyawan CV. Cipta Harmoni Buah memiliki pengetahuan (*product knowledge*) yang baik tentang buah yang di jual. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (3%) tidak setuju sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 16 dengan perolehan prosentase (41%) sangat setuju sebanyak 37 dengan perolehan prosentase (37%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan matangnya pengetahuan karyawan tentang produk.
- d) Pertanyaan keempat: CV. Cipta Harmoni Buah memiliki karyawan yang dapat berkomunikasi dengan konsumen secara baik. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (1%) tidak setuju sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 12 dengan perolehan prosentase (12%) setuju sebanyak 50 dengan perolehan prosentase (50%) sangat setuju sebanyak 34 dengan perolehan prosentase (34%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju bahwa karyawan dapat berkomunikasi dengan baik.
- e) Pertanyaan kelima: Tempat usaha CV. Cipta Harmoni Buah selalu memberikan kenyamanan dan menjaga kebersihan lingkungan kepada

konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen memilih tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 18 dengan perolehan prosentase (18%) setuju sebanyak 39 dengan perolehan prosentase (39%) sangat setuju sebanyak 40 dengan perolehan prosentase (40%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju bahwakaryawan dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen.

2) Variasi produk

Hasil jawaban responden mengenai variabel variasi produk yang diberikan kepada 100 konsumen di CV. Cipta Harmoni Buah yaitu:

Tabel 4.5 Hasil Frekuensi Variabel Variasi Produk

| Pertanyaan | STS | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|--|-----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|-----|
| CV. Cipta Harmoni Buah memiliki variasi produk buah yang bermacam macam. | 3 | 3% | 2 | 2% | 14 | 14% | 52 | 52% | 29 | 29% |
| CV. Cipta Harmoni Buah memiliki stok produk yang sangat banyak. | 1 | 1% | 1 | 1% | 18 | 18% | 46 | 46% | 34 | 34% |
| Menurut saya varian produk yang di berikan CV. Cipta Harmoni Buah sangat banyak dan menarik. | 2 | 2% | 2 | 2% | 16 | 16% | 50 | 50% | 30 | 30% |

| | | | | | | | | | | |
|--|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|-----|
| Menurut saya banyak nya varian produk menjadi keinginan konsumen untuk berbelanja ke CV. Cipta Harmoni Buah. | 2 | 2% | 2 | 2% | 17 | 17% | 54 | 54% | 25 | 25% |
|--|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|-----|

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

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

- a) Pertanyaan pertama: CV. Cipta Harmoni Buah memiliki variasi produk buah yang bermacam macam. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen yang memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (3%) tidak setuju sebanyak 2 dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 14 dengan perolehan prosentase (14%) setuju sebanyak 52 dengan perolehan prosentase (52%) sangat setuju sebanyak 29 dengan perolehan prosentase (29%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan banyaknya variasi produk.
- b) Pertanyaan kedua; CV. Cipta Harmoni Buah memiliki stok produk yang sangat banyak. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen yang memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (1%) tidak setuju sebanyak 1 dengan perolehan prosentase (1%) netral sebanyak 18 dengan perolehan prosentase (18%) setuju sebanyak 46 dengan perolehan prosentase (46%) sangat setuju sebanyak 34 dengan perolehan prosentase (34%). Sehingga

dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan banyaknya stok yang ada.

c) Pertanyaan ketiga: Menurut saya varian produk yang di berikan CV. Cipta Harmoni Buah sangat banyak dan menarik. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen yang memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) tidak setuju sebanyak 2 dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 16 dengan perolehan prosentase (16%) setuju sebanyak 50 dengan perolehan prosentase (50%) sangat setuju sebanyak 30 dengan prosentasi (30%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan banyaknya buah yang menarik.

d) Pertanyaan keempat: Menurut saya banyak nya varian produk menjadi keinginan konsumen untuk berbelanja ke CV. Cipta Harmoni Buah. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen yang memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) tidak setuju sebanyak 2 dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 17 dengan perolehan prosentase (17%) setuju sebanyak 54 dengan perolehan prosentase (54%) sangat setuju sebanyak 25 dengan perolehan prosentase (25%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan banyaknya varian membuat konsumen kembali lagi.

3) Kepuasan Konsumen

Hasil jawaban responden mengenai variabel kepuasan konsumen yang diberikan kepada 100 konsumen di CV. Cipta Harmoni Buah yaitu:

**Tabel 4.6 Hail Frekuensi Variabel kepuasan
Konsumen**

| Pertanyaan | STS | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % |
|--|-----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|-----|
| Variasi kualitas produk CV. Cipta Harmoni Buah yang saya beli sudah sesuai dengan harapan konsumen. | 3 | 3% | 2 | 2% | 14 | 14% | 52 | 52% | 29 | 29% |
| Harga di CV. Cipta Harmoni Buah sudah sesuai dengan standart terhadap kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. | 2 | 2% | 2 | 2% | 10 | 10% | 49 | 49% | 37 | 37% |
| Banyaknya informasi produk beserta manfaat yang diberikan dari produk tersebut menjadi kepuasan sendiri bagi konsumen. | 2 | 2% | - | - | 21 | 21% | 41 | 41% | 36 | 36% |
| Lokasi yang strategis CV. Cipta Harmoni Buah memudahkan konsumen untuk kembali membeli lagi. | 1 | 1% | 3 | 3% | 16 | 16% | 46 | 46% | 34 | 34% |
| CV. Cipta Harmoni Buah sudah | 4 | 4% | - | - | 11 | 11% | 43 | 43% | 42 | 42% |

| | | | | | | | | | | | |
|--|---|----|---|----|----|-----|----|-----|----|-----|--|
| melayani konsumen dengan baik | | | | | | | | | | | |
| CV. Cipta Harmoni Buah memiliki penataan produk yang sangat rapi sehingga menjadikan kosumen merasa puas dan nyaman | - | - | 4 | 4% | 12 | 12% | 47 | 47% | 37 | 37% | |
| CV. Cipta Harmoni Buah memiliki sirkulasi udara yang bagus, tempat yang luas sehingga kosumen nyaman dan puas saat belanja | 1 | 1% | 3 | 3% | 15 | 15% | 40 | 40% | 41 | 41% | |

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) Pertanyaan pertama: Variasi kualitas produk CV. Cipta Harmoni Buah yang saya beli sudah sesuai dengan harapan konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 3 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (3%) tidak setuju sebanyak 2 dengan perolehan prosentase (2%) netral sebanyak 14 dengan perolehan prosentase (14%) setuju sebanyak 52 dengan perolehan prosentase (52%) sangat setuju sebanyak 29 dengan perolehan prosentase (29%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju

dengan buah yang dibeli sesuai dengan harapan konsumen.

- b) Pertanyaan kedua: Harga di CV. Cipta Harmoni Buah sudah sesuai dengan standart terhadap kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (2%) tidak setuju sejumlah 2 dengan perolehan presentase (2%) netral sebanyak 10 dengan perolehan presentase (10%) setuju sebanyak 49 dengan perolehan prosentase (49%) sangat setuju sebanyak 37 dengan perolehan prosentase (37%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan standartitas buah yang ditawarkan.
- c) Pertanyaan ketiga: Banyaknya informasi produk beserta manfaat yang diberikan dari produk tersebut menjadi kepuasan sendiri bagi konsumen. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 2 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan presentase (2%) netral sebanyak 21 dengan perolehan presentase (21%) setuju sebanyak 41 dengan perolehan prosentase (41%) sangat setuju sebanyak 36 dengan perolehan prosentase (36%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan banyaknya informasi yang di dapat oleh konsumen.
- d) Pertanyaan keempat: Lokasi yang strategis CV. Cipta Harmoni Buah memudahkan konsumen untuk kembali membeli lagi. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan prosentase (1%) tidak setuju sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 16 dengan perolehan prosentase (16%) setuju sebanyak 46 dengan perolehan

prosentase (46%) sangat setuju sebanyak 34 dengan perolehan presentase (34%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan kemudahan pembelian buah.

- e) Pertanyaan kelima: CV. Cipta Harmoni Buah sudah melayani konsumen dengan baik. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 4 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan presentase (4%) netral sebanyak 12 dengan perolehan presentase (11%) setuju sebanyak 43 dengan perolehan prosentase (43%) sangat setuju sebanyak 42 dengan perolehan prosentase (42%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan pelayanan yang baik dengan konsumen.
- f) Pertanyaan keenam: CV. Cipta Harmoni Buah memiliki penataan produk yang sangat rapi sehingga menjadikan kosumen merasa puas dan nyaman. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 4 konsumen memilih tidak setuju dengan perolehan prosentase (4%) netral sebanyak 12 dengan perolehan prosentase (12%) setuju sebanyak 47 dengan perolehan prosentase (47%) sangat setuju sebanyak 37 dengan perolehan prosentase (37%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan teraturnya penataan yang rapi pada buah tersebut.
- g) Pertanyaan ketujuh: CV. Cipta Harmoni Buah memiliki sirkulasi udara yang bagus, tempat yang luas sehingga konsumen nyaman dan puas saat belanja. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 1 konsumen memilih sangat tidak setuju dengan perolehan (1%) tidak setuju sebanyak 3 dengan perolehan prosentase (3%) netral sebanyak 15 dengan perolehan prosentase (15%) setuju sebanyak 40 dengan perolehan prosentase (40%) sangat setuju sebanyak 41

dengan perolehan prosentase (41%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa responden sangat setuju dengan suasana yang ada di tempat tersebut.

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 lebih besar dari 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 0,1985 dengan taraf signifikansinya sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil kelayakan dari penelitian ini dengan menggunakan program SPSS versi 24, yaitu:

1) Kualitas Produk

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

| Variabel | Item | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|----------------------|------|---------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | X1.1 | 0,321 | 0,1985 | Valid |
| | X1.2 | 0,559 | 0,1985 | Valid |
| | X1.3 | 0,497 | 0,1985 | Valid |
| | X1.4 | 0,305 | 0,1985 | Valid |
| | X1.5 | 0,632 | 0,1985 | Valid |
| | X1.6 | 0,364 | 0,1985 | Valid |
| | X1.7 | 0,557 | 0,1985 | Valid |
| | X1.8 | 0,457 | 0,1985 | Valid |
| | X1.9 | 0,671 | 0,1985 | Valid |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.7 mengenai uji validitas kualitasproduk dengan 9 item yang telah dinyatakan valid semuakarena R hitung yang didapatkan lebih besar dari R tabelnya. Maka dariitu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

2) **Kualitas Pelayanan**

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualita Pelayanan

| Variabel | Item | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|-------------------------|------|---------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X2) | X2.1 | 0,741 | 0,1985 | Valid |
| | X2.2 | 0,845 | 0,1985 | Valid |
| | X2.3 | 0,845 | 0,1985 | Valid |
| | X2.4 | 0,725 | 0,1985 | Valid |
| | X2.5 | 0,753 | 0,1985 | Valid |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.8 mengenai kualitas pelayanan dengan 5 item yang telah dinyatakan valid semua karena R hitung yang didapatkan lebih besar dari nilai R tabel nya. Maka dari itu, semua item tersebut dinyatakan valid.

3) **Variasi Produk**

Tab el 4.9 Hasil Uji Validitas Variasi Produk

| Variabel | Item | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|---------------------|------|---------------------|--------------------|------------|
| Variasi Produk (X3) | X3.1 | 0,896 | 0,1985 | Valid |
| | X3.2 | 0,742 | 0,1985 | Valid |
| | X3.3 | 0,748 | 0,1985 | Valid |
| | X3.4 | 0,814 | 0,1985 | Valid |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.9 mengenai uji validitas variasi produk dengan 4 item yang telah dinyatakan valid semua karena R hitung yang didapatkan lebih besar dari pada R tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

4) **Kepuasan Konsumen**

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

| Variabel | Item | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|-----------------------|------|---------------------|--------------------|------------|
| Kepuasan Konsumen (Y) | Y1 | 0,669 | 0,1985 | Valid |
| | Y2 | 0,583 | 0,1985 | Valid |
| | Y3 | 0,561 | 0,1985 | Valid |
| | Y4 | 0,559 | 0,1985 | Valid |
| | Y5 | 0,658 | 0,1985 | Valid |
| | Y6 | 0,347 | 0,1985 | Valid |
| | Y7 | 0,441 | 0,1985 | 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 didapatkan lebih besar dari pada nilai R tabelnya. Maka dari itu, semua item tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabelitas

Dalam menentukan pengesanan uji reliabelitas ini peneliti menggunakan spss versi 24. Hasil yang dapat dikatakan reliabelitas apabila skor *alpha cronbunch* lebih besar dari (0,6).uji reliabelitas memberikan hasil yaitu:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabelitas

| Variabel | Jumlah Item | Cronbanch Alpha | Skor Batas | Keterangan |
|----------------------|-------------|-----------------|------------|------------|
| Kualitas Produk (X1) | 9 | 0,612 | 0,6 | Reliable |
| Kualitas Pelayanan | 5 | 0,842 | 0,6 | Reliable |

| Variabel | Jumlah Item | Cronbanch Alpha | Skor Batas | Keterangan |
|-----------------------|-------------|-----------------|------------|------------|
| (X2) | | | | |
| Variasi Produk (X3) | 4 | 0,815 | 0,6 | Reliable |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 7 | 0,815 | 0,6 | Reliable |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang diuji memiliki *alpha cronbunch* yang melibihi skor batas yang telah ditentukan 0,6. Dengan demikian dari hasil ini, seluruh variabel dapat dikatakan reliable.

c. Uji Asumsi Klasik

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

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memahami korelasi antara variabel independennya dimana bisa dipahami dengan memperhatikan kriteria pengujian multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas dan ketika gejala sebaliknya menandakan adanya uji multikolinearitas memberikan hasil yaitu:

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|--------------------|-----------|-------|
| Kualitas Produk | 0,990 | 1,010 |
| Kualitas Pelayanan | 0,618 | 1,618 |
| Variasi Produk | 0,613 | 1,631 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2023

Dapat dilihat dari hasil tabel 4.12 bahwa hasil nilai toleransi variabel kualitas produk menunjukkan angka 0,990, ini berarti $0,990 > 0,10$. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka 0,618, ini berarti $0,618 > 0,10$, untuk variabel variasi produk menunjukkan angka 0,613, ini berarti $0,613 > 0,10$. Sementara hasil dari nilai VIF variabel kualitas produk memperoleh angka 1,010, ini berarti $1,010 < 10,00$, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan memperoleh angka 1,618, ini berarti $1,618 < 10,00$. Dan untuk variabel variasi produk memperoleh angka 1,631, ini berarti $1,631 < 10,00$. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas dengan melihat nilai tolerance dan VIF tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai guna untuk mengetahui varians residual pada suatu periode pengamatan relatif terhadap periode pengamatan lainnya, ada dan tidaknya perbedaan. Amati ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu ada tidaknya heteroskedastisitas dengan mengamati hasil *unstandardized* residual antara *spearman's rho*. Data tanpa gejala heteroskedastisitas merupakan data yang baik. Bila hasil signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas, sebaliknya jika tingkat signifikan lebih dari 0,05 maka model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas

| Correlations | | | | | |
|---------------|-------------------------|--------|---------------|-------------|--------------------------------|
| | | Produk | Pelayan an | Varias i | Unstandar dized Residual |
| PRODUK | Correlation Coefficient | 1.000 | -.047 | -.146 | -.025 |
| | Sig. (2-tailed) | . | .646 | .146 | .805 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| PELAYAN AN | Correlation Coefficient | -.047 | 1.000 | .492** | -.016 |

| | | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-------|--------|-------|-------|
| | Sig. (2-tailed) | .646 | . | .000 | .874 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| VARIASI | Correlation Coefficient | -.146 | .492** | 1.000 | .012 |
| | Sig. (2-tailed) | .146 | .000 | . | .906 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | -.025 | -.016 | .012 | 1.000 |
| | Sig. (2-tailed) | .805 | .874 | .906 | . |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

Sumber: Data Penelitian yang di olah tahun 2023

Berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman's rho* menghasilkan nilai sig. 2 tailed X1 sebesar 0,805, X2 sebesar 0,874, dan X3 sebesar 0,906 yang berarti tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

3) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data sehingga dapat dipakai dalam statistik parametric (*statistic inferensial*). Pengujian dilakukan dengan maksud untuk melihat normal tidaknya data yang dianalisis. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov smirnov* dengan kriteria jika nilai signifikannya > 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikannya < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.15313037 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .103 |
| | Positive | .048 |
| | Negative | -.103 |

| | | |
|------------------------|--|-------------------|
| Test Statistic | | .103 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .011 ^o |

Sumber: Data Penelitian yang di olah tahun 2023

Berdasarkan pengujian dengan SPSS didapatkan nilai sig 2 tailed 0,11 yang artinya (0,11>0,05) berdistribusi normal.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan guna mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini akan menggunakan 4 uji hipotesis. Analisis regresi linier berganda dipakai buat menjawab hipotesis tersebut.

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Uji ini dimanfaatkan untuk menjawab rumusan permasalahan yang sudah diajukan. Regresi linier berganda juga dipakai buat mengetahui efek sebab kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen secara 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. Data hasil penelitian diolah dan dilihat melalui program SPSS versi 24, yaitu:

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 12.736 | 2.257 | | 5.642 | .000 |
| | Kualitas produk | .279 | .078 | .398 | 3.556 | .001 |
| | Kualitas pelayanan | .086 | .121 | .081 | .709 | .480 |
| | Variasi | .241 | .114 | .202 | 2.122 | .036 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah 2023

Dapat dilihat dari hasil pengujian tabel 4.15 yang ada, dapat diketahui dalam penelitian ini memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 24,734 + (-0,56) X_1 + 0,185 X_2 + 0,158 X_3 + e$$

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a) Nilai koefisien konstanta sebesar 12.736 dengan nilai positif ini dapat diartikan bahwa tanpa adanya variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), variasi produk (X3), dan kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 127,36%.
 - b) Nilai koefisien beta variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.279, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami peningkatan 1% maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 27,9%.
 - c) Nilai koefisien beta variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.086, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami peningkatan 1% maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 8,6%.
 - d) Nilai koefisien beta variabel variasi produk (X3) sebesar 0,241, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami peningkatan 1% maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 24.1%.
- 2) Analisis Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinan atau R^2 bertujuan agar diketahui seberapa besar kontribusi efek variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk, secara simultan terhadap kepuasan konsumen industri batu bata merah Mubarak. 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 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .300 ^a | .090 | .062 | 3.202 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah 2023

Dari tabel 4.18 output yang didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,062 yang artinya pengaruh variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan variasi produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 6,2% dan berada pada kategori sedang karena lebih dari 0,33 dan kurang dari 0,67 selebihnya bisa dipengaruhi selain varibel yang tidak ada dalam penelitian ini.

3) Uji Simultant (F)

Uji F (simultant) ini digunakan untuk mengetahui hasil dari uji F, maka dapat ditentukan dengan taraf keputusan jika signifikansi lebih dari 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, (tidak berpengaruh), jika signifikansi dibawah 0,05 maka H5 diterima dan Ho ditolak (berpengaruh). hasil (df) $100-3-1 = 96$, dengan taraf signifikansinya 0,05 diperoleh tabel f nya sebesar 2,70. Dibawah adalah tabel dari hasil uji F:

Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 175.695 | 3 | 58.565 | 15.623 | .000 ^b |
| | Residual | 359.873 | 96 | 3.749 | | |
| | Total | 535.569 | 99 | | | |

Sumber: Data Penelitian yang diolah 2023

Dapat dilihat tabel 4.17 dari hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $15.623 > F$ tabel 2.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak serta H5 diterima yang berarti kualitas produk, kualitas

pelayanan, dan variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.

4) Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) ini digunakan untuk mengetahui hasil dari uji t dapat diambil dasar keputusannya yaitu jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terjadi pengaruh. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ 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. Ada pun hasil dari pengujiannya, yaitu:

Tabel 4.16 Hasil Uji T (Parsial)

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 12.736 | 2.257 | | 5.642 | .000 |
| Kualitas produk | .279 | .078 | .398 | 3.556 | .001 |
| Kualitas pelayanan | .086 | .121 | .081 | .709 | .480 |
| Variasi | .241 | .114 | .202 | 2.122 | .036 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah 2023

Dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.16 bila nilai $t_{hitung} >$ dari tabel dan skor sig $< 0,05$ maka skor sig $> 0,05$ maka H_a ditolak serta H_o diterima dengan keterangan sebagai berikut:

- a) Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Diketahui nil sig. untuk X_1 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 3.556 >$ $t_{tabel} 1.985$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah.

- b) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Diketahui nil sig. untuk X2 terhadap Y adalah sebesar $0.480 > 0.05$ dan nilai thitung $0.709 < t_{tabel} 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah.
- c) Variasi produk terhadap kualitas konsumen
Diketahui nil sig. untuk X3 terhadap Y adalah sebesar $0.036 < 0.05$ dan nilai thitung $2.122 > t_{tabel} 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian data dengan metode statistik dapat dilihat mengenai hasil parsial dan simultan semua variabel, yaitu desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun pembahasan bisa dilihat dari uraian di bawah ini:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.

Hasil hipotesis pertama yang telah dilakukan dengan menggunakan spss versi 24 mendapatkan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien $0,279$, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapatkan nilai T hitung $3,556$ dengan T tabel yang dihasilkan $1,984$ dan nilai sig $0,001$ dibawah 5% ($0,05$). Hasil ini bisa dikatakan signifikan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ($3,556 > 1,984$) serta taraf signifikan yang dihasilkan $0,001$ yang berarti nilai koefisien kualitas produk yang positif. Dengan demikian bila kualitas produk (X_1) mengalami kenaikan dalam satu kesatuan tertentu maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar $0,279$. Hasil dari pengujian ini berarti kualitas produk sangat

berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah dengan demikian, CV.Cipta Harmoni Buah harus menjaga kualitas produk yang dianggap semua kalangan telah terbukti baik, apabila kualitas produk menampilkan gambaran atau kualitas produk yang baik maka konsumen akan menjadi loyal terhadap produk yang telah di jual oleh CV.Cipta Harmoni Buah karena kualitas produk ini dapat dikatakan sebagai hal yang sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang memiliki kualitas baik. Dalam Al Quran menjelaskan mengenai yang berhubungan dengan hal konsumen yaitu, gunakanlah barang-barang yang baik dan bermanfaat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Karena dengan barang-barang yang bermanfaat dan baik akan membawa ke perbuatan yang baik pula. Barang-barang yang bermanfaat dan baik disini yaitu yang memiliki kualitas baik. Sebagaimana yang tercantum dalam Al Quran surat Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا
وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “wahai manusia makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata”.

Dapat kita simpulkan bahwa kualitas produk yang baik yaitu kualitas produk yang dapat bermanfaat dan bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini telah membuktikan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen seperti halnya dalam era globalisasi ini, CV. Cipta Harmoni Buah akan selalu menyadari akan pentingnya faktor konsumen. Oleh

karena itu mengukur tingkat kepuasan para konsumen sendiri sangatlah penting agar konsumen dapat loyal dan menjadi pelanggan setia CV. Cipta Harmoni Buah.¹

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Made Adhi Andeanata dan Ida Dewa Ayu Yayati Wilyadewi dengan judul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung”² dalam penelitian ini kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk yang didapatkan perusahaan kepada konsumen maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya jika kualitas produk yang didapatkan semakin rendah maka akan menurunkan kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.

Hasil hipotesis kedua yang telah dilakukan dengan menggunakan spss versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien 0,086, kemudia dilanjutkan dengan uji T didapatkan nilai T hitung 0,709 dengan T tabel yang dihasilkan 1,984 dan nilai sig 0,480 di atas 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwahasil dari uji T hitung lebih kecil dari nilai tabel ($0,709 < 1,984$) serta taraf signifikansi yang dihasilkan 0,480 yang berarti skor ini lebih dari 5% (0,05) dan hasil tersebut memiliki skor koefisien kualitas pelayanan yang negative. Dengan demikian apabila kualitas pelayanan (X_2) mengalami penurunan dalam satu kesatuan tertentu, maka akan menurunkan kualitas pelayanan kesatuan tertentu, maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,086.

¹ Risyad Arhamullah Nadialista Kurniawan, “No Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Daihatsu Samarinda,” *Industry and Higher Education* 3, no. 1 (2021): 1689–99, <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uu.ac.id/handle/123456789/1288>.

² Andeanata dan Wilyadewi, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung.”

Hasil dari pengujian ini berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di CV. Cipta Harmoni Buah. Dalam hal ini bahwa kurangnya perhatian terhadap karyawan kepada konsumen menjadikan komunikasi yang tidak baik. Ditolaknya hipotesis kualitas pelayanan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan atau tidak puasnya kualitas pelayanan tidak selalu berpengaruh terhadap puas atau tidak puasnya konsumen. Karena kepuasan konsumen bukan hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan saja tetapi bisa dipengaruhi oleh factor-faktor lain seperti kualitas produk dan variasi produk.³ Sedangkan Islam digambarkan dalam surat At-Taubah ayat 105 yaitu

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: *“Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”*. Dapat kita simpulkan bahwa jika seseorang berkerja dengan baik maka kamu akan diperkerjakan juga dengan baik” surat At-Taubah ayat 105.

Dalam segi kualitas pelayanan CV.Cipta Harmoni Buah selalu memberikan yang terbaik kepada karyawannya supaya karyawan merasa nyaman saat berada di CV. Cipta Harmoni Buah hal tersebut tetapi telah dibuktikan bahwa semua itu tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karna itu CV. Cipta

³ Zamroni, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Mama Pusat Di Denanyar Jombang.”

Harmoni Buah selalu mengingatkan karyawan harus bersikap ramah dan sopan kepada setiap konsumennya.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Chayatul Jannah Dan Litfi Alhazami dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas”⁴ terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diterapkan oleh CV. Cipta Harmoni Buah kurang memuaskan maka akan menjadi kurang nyaman nya konsumen yang bisa berdampak turunnua nilai kepuasan konsumen.

3. **Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.**

Hasil hipotesis pertama yang telah dilakukan dengan menggunakan spss versi 24 mendapatkan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien 0,241, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapatkan nilai T hitung 2,122 dengan T tabel yang dihasilkan 1,984 dan nilai sig 0,036 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih dari besar dari nilai tabel ($2,122 > 1,984$) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,036 yang berarti nilai koefisien variasi produk yang positif. Dengan demikian bila variasi produk (X3) mengalami kenaikan dalam satu kesatuan tertentu, maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,114. Hasil dari pengujian ini berarti variasi produk sangat berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah dengan demikian, CV.Cipta Harmoni Buah harus menjaga variasi produk yang dianggap semua kalangan telah terbukti baik, apabila variasi produk menampilkan gambaran atau variasi produk yang baik maka

⁴ Chayatul Jannah dan Alhazami, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas.”

konsumen akan menjadi loyal terhadap produk yang telah di jual oleh CV.Cipta Harmoni Buah karena variasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Variasi produk merupakan suatu kegiatan yang merancang maupun memproduksi suatu produk yang sudah ada maupun baru, sebab konsumen akan melakukan pembelian ketika tertarik dengan produk tersebut maka dengan beragamnya suatu produk akan membuat konsumen beranggapan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.⁵ Keputusan pembelian suatu produk akan semakin meningkat apabila faktor-faktor pendukungnya dinilai baik dan dapat menarik minat konsumen meningkatkan serta menjaga kualitas produknya demi mempertahankan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk CV. Cipta Harmoni Buah dengan meningkatnya penjualan maka dapat menunjukkan keputusan pembelian sudah dilakukan konsumen. Salah satu faktor keputusan pembelian pada CV. Cipta Harmoni Buah yaitu dipengaruhi oleh variasi produk yang merupakan unsur dari pemasaran produk dengan memberikan informasi produk yang akan ditawarkan kepada konsumen untuk dijadikan dasar dari keputusan pembelian, sehingga konsumen menjadi puas.

Islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang muslim hanya diperkenankan mengonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal, sehingga barang yang haram harus ditinggalkan. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf:157 yaitu:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي
يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ

⁵ Puspita Disti Anggraini Sejati, "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Costumer Loyalty Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pt. Rotte Ragam Rasa Di Pekanbaru)," 2020.

يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُجِلُّ
 لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ
 إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ
 آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ
 مَعَهُ ۙ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'rif dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya. Memuliakan nya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung” Al-Qur'an Surat Al-A'raf:157.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Anisa Rosdiana S.Par.,MM dan Intan Faturahmi Rizkiah yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Dodol Bestory Pd. Intan Bestari Garut) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Yasa Anggana" Garut”.⁶ Terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen maka dari itu agar perusahaan dapat berjalan dengan baik maka perusahaan harus memperhatikan variasi produk yang lebih beragam sehingga dapat menarik lebih baik banyak konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

⁶ Intan Faturahmi Rizkiah dan Keputusan Pembelian, “Page | 12” 20, no. 1 (2022): 12–27.

4. Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Terdapat pengaruh positif signifikan pada kualitas produk dan variasi produk, sedangkan kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan hasil pengujian Uji F yang diperoleh nilai F hitung sebesar $15.623 > F$ tabel sebesar 2.70 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$

Hasil penelitian ini didukung peneliti Adek Siti Ermawati dan Sutopo Yang berjudul "Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ramai Semarang"⁷ Dimana dalam penelitian ini tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan pada variabel kualitas produk dan variasi produk sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan. Maka dapat kita simpulkan bahwa semakin baik kualitas produk dan variasi produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka dari itu kualitas pelayanan akan ikut berpengaruh positif jika karyawan dapat memberikan kenyamanan untuk konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah.

Hasil pengujian regresi linear ganda menunjukkan bahwa koefisien determinan (R^2) sebesar 0,062 Atau sebesar 62%. nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektifitas dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat. Sumbangan efektif tersebut berarti kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk mempengaruhi 62% kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

⁷ puspita Disti Anggraini Sejati, "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Customer Loyalty Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada PT. Rotte Ragam Rasa di Pekanbaru)."

Maka untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah harus ada sinergi atau persatuan diantara variabel independen, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk yang ditawarkan harus terlihat baik dimata konsumen, serta produk yang di tawarkan juga harus bervariasi.

