

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Konveksi Jilbab “Ude’s Hijab”

“Ude’s Hijab” adalah salah satu badan usaha yang bergerak dibidang konveksi dikota Jepara. Usaha konveksi ini didirikan oleh ibu Ulfatul Hasanah dan mulai berdiri pada bulan November tahun 2015 lalu, bermula dari inisiatif ibu Ulfa yang melihat suatu potensi pasar dibidang konveksi jilbab meski pada saat itu belum banyak pendiri konveksi jilbab dikota Jepara. Namun ibu Ulfa melihat bahwa konveksi jilbab akan sangat menguntungkan, terlebih lagi trend busana muslim dikalangan masyarakat Indonesia berkembang begitu cepat, sehingga usaha konveksi jilbab merupakan suatu usaha bisnis yang tepat untuk ditekuni bagi ibu Ulfa. Konveksi jilbab ini berlokasi di Jl. R. A. Rukmini RT 14 RW 03, desa Bawu Kecamatan Batealit Jepara atau lebih tepatnya dikediaman ibu Ulfa sendiri.

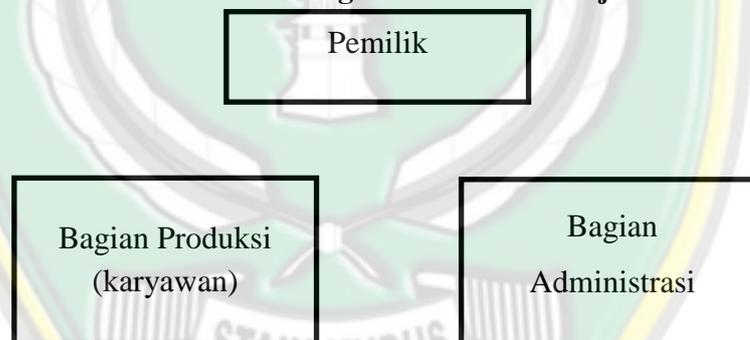
Hingga saat ini usaha konveksi jilbab “Ude’s Hijab” dapat dikatakan cukup sukses dalam menjalankan bisnisnya. Terlihat dari banyaknya produksi jilbab yang dapat mencapai 1000pcs dalam waktu 2 minggunya, untuk memproduksi jilbab sebanyak itu dibutuhkan kurang lebih 15-20 gulung kain tergantung dari model yang diproduksi (pesanan). Bahan (kain) yang digunakan dalam memproduksi jilbab bermacam-macam, seperti kain woll peach, wolly crepe, katun dan shifon. Bahan yang digunakan dibeli oleh Ibu Ulfa langsung dari kota Cirebon, inidilakukan untuk menjaga kualitas dari bahan serta produk yang dihasilkan. Dalam memproduksi jilbab, ibu Ulfa mempekerjakan 5 orang penjahit yang berasal dari ibu rumah tangga disekitar rumahnya.

Untuk memasarkan produknya, disamping membuka toko di depan rumah ibu Ulfa juga memanfaatkan media sosial instagram. Dalam akunnya tersebut bu Ulfa mengunggah foto/gambar dari setiap model

produknya dengan berbagai macam keterangan yang menggambarkan produk tersebut secara jelas dan rinci. Dengan adanya media sosial ini ibu Ulfa dengan sangat mudah mendapatkan konsumen/pesanan. Ibu Ulfa menerima beberapa distributor dari beberapa kota seperti: Jepara, Kudus, Pati, Salatiga, Semarang, Magelang dan Palembang dengan batas minimal pesanan 2 kodi untuk tiap model jilbab. Selain distributor, ibu Ulfa juga menerima reseller yang dapat membantunya dalam memasarkan produknya. Kedua merupakan hubungan yang saling menguntungkan bagi masing-masing pihak. Untuk melebarkan sayapnya dalam bisnis konveksi, ibu Ulfa berencana untuk merintis produk baru, yaitu gamis syar'i.¹

2. Struktur Organisasi “Ude’s Hijab”

Gambar 4.1
Struktur Organisasi “Ude’s Hijab”



3. Produk-Produk “Ude’s Hijab”

Produk “Ude’s Hijab” adalah jilbab untuk anak-anak sampai wanita dewasa dengan model/desain yang sangat bervariasi dan banyak sekali.²

4. Visi dan Misi “Ude’s Hijab”

Sebagai suatu badan Usaha, “Ude’s Hijab” tentu saja memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui usaha konveksi ini.

¹ Hasil dokumentasi melalui wawancara dengan pemilik “Ude’s Hijab”, 2017

² *Ibid*

- a. Visi
 - 1) Memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik bagi konsumen.
 - 2) Menjadikan “Ude’s Hijab” sebagai merek jilbab yang terkenal.
- b. Misi
 - 1) Mengutamakan kepuasan konsumen melalui pelayanan yang baik, harga yang kompetitif serta menjaga kualitas produk.
 - 2) Bekerja dengan penuh tanggungjawab.
 - 3) Memberikan lapangan pekerjaan bagi ibu rumah tangga sekitar.
 - 4) Membangun hubungan baik dengan konsumen melalui komunikasi yang baik pula.
 - 5) Memberikan peluang bagi konsumen yang ingin bekerja sama dengan “Ude’s Hijab”.³

B. Gambaran Umum Responden

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang akan diteliti. Analisis karakter responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: jenis kelamin, usia, dan pendidikan.

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, seluruh responden dalam penelitian ini adalah perempuan karena objek dalam penelitian ini adalah jilbab maka 100% responden yang diteliti adalah perempuan.

2. Usia Responden

Hasil penelitian terdapat empat kelompok responden, dan seluruhnya berjumlah 90 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

³ *Ibid*

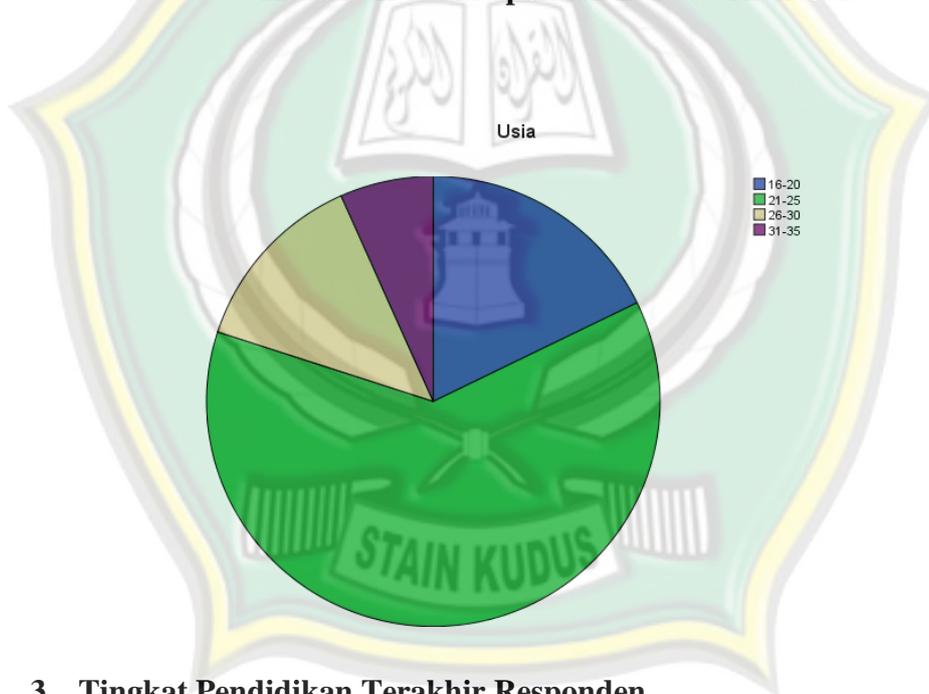
Tabel 4 .1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20	16	17,8%
21-25	56	62,2%
26-30	12	13,3%
31-35	6	6,7%
Jumlah	90	100%

Sumber: Data yang diolah, 2017

Hasil penelitian berdasarkan usia responden juga dapat dilihat pada diagram lingkaran dibawah ini:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



3. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang dikumpulkan dari 90 responden diperoleh data tentang status pendidikan terakhir responden penelitian. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan pendidikan terakhir responden:

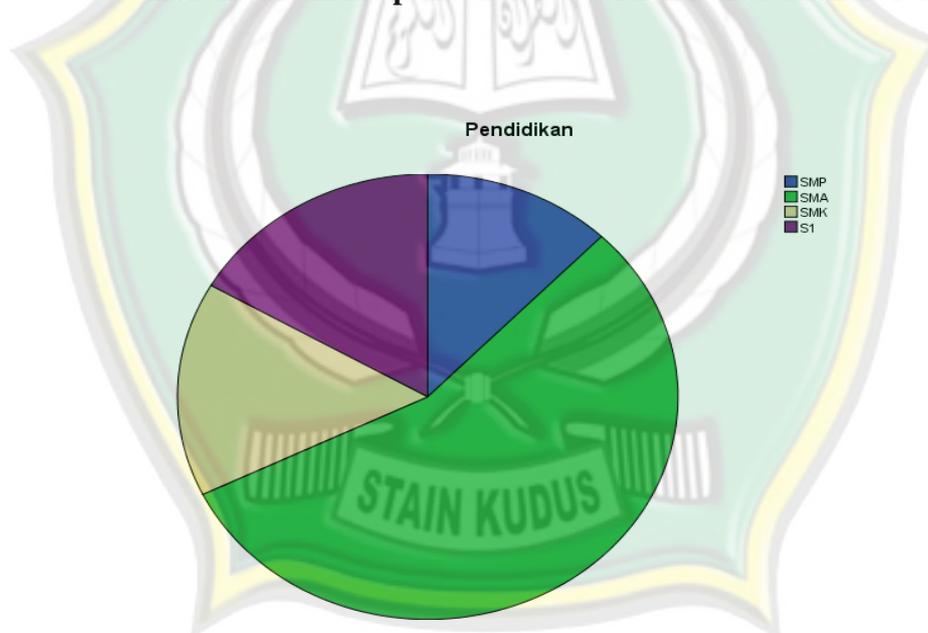
Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	11	12,2%
SMA	50	55,6%
SMK	14	15,6%
S1	15	16,7%
Jumlah	90	100%

Sumber: Data yang diolah, 2017

Hasil penelitian berdasarkan pendidikan terakhir responden juga dapat dilihat pada diagram lingkaran berikut ini:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Berdasarkan tabel dan diagram diatas, menunjukkan bahwa dari 90 responden yang menjadi sampel responden yang berpendidikan SMP sebesar 11 orang atau 12,2%. Sedangkan yang berpendidikan SMA sebesar 50 orang atau 55,6%. Berpendidikan SMK sebesar 14 orang atau 15,6% dan berpendidikan S1 sebanyak 15 orang atau 16,7%.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen

Penerapan uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah la pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

a. Desain Produk

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
Desain Produk (X1)	Item 1	0,745	Valid
	Item 2	0,803	Valid
	Item 3	0,694	Valid
	Item 4	0,765	Valid
	Item 5	0,683	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)= 90 maka didapat r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Kualitas Produk

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	Item 1	0,820	Valid
	Item 2	0,698	Valid
	Item 3	0,849	Valid
	Item 4	0,838	Valid

Sumber: data yang diolah, 2017

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)= 90 maka didapat r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Kemudahan Transaksi

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
Kemudahan Transaksi (X3)	Item 1	0,622	Valid
	Item 2	0,864	Valid
	Item 3	0,791	Valid
	Item 4	0,831	Valid
	Item 5	0,925	Valid

Sumber: data yang diolah, 2017

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)= 90 maka didapat r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

d. Loyalitas Konsumen

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Pernyataan	r hitung	Keterangan
Loyalitas Konsumen (Y)	Item 1	0,708	Valid
	Item 2	0,842	Valid
	Item 3	0,820	Valid
	Item 4	0,825	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2017

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)= 90 maka didapat r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah uji yang dipakai untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha*

Cronbach, apabila koefisien $\alpha > 0,60$, maka instrumen dikatakan reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Alpha Cronbach
Desain Produk	0,780
Kualitas Produk	0,815
Kemudahan Transaksi	0,871
Loyalitas Konsumen	0,770

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel karena nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan merupakan pernyataan yang reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikoleniaritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikoleniaritas adalah dengan melihat VIF, jika VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikoleniaritas dengan SPSS didapatkan output sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Desain Produk	0,923	1,084	Tidak terjadi multikoleniaritas
Kualitas Produk	0,906	1,104	Tidak terjadi multikoleniaritas
Kemudahan Transaksi	0,960	1,042	Tidak terjadi multikoleniaritas

Sumber: Data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3.6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk semua variabel adalah lebih dari 0,1 dan nilai VIF untuk semua variabel mempunyai nilai kurang dari 10, sehingga terbebas dari gejala multikoleniaritas.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$. Untuk mendeteksi terjadinya gejala autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Durbin-Watson*. Dikatakan tidak ada autokorelasi yaitu jika $(du < dw < 4-du)$. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.454 ^a	.206	.178	1.111	1.865

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

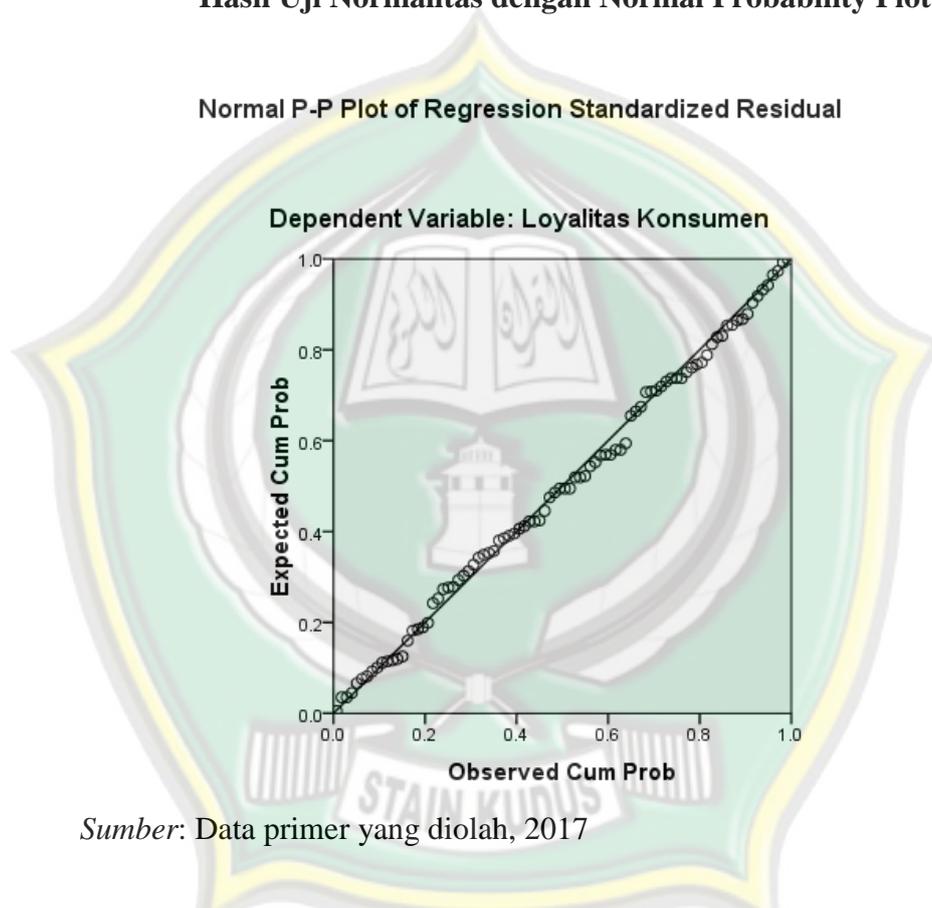
Sumber: Data yang diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,865, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel. Dari tabel *Durbin-Watson* dengan titik signifikansi 5% dan jumlah data $(n)=90$ dan $k=3$, diperoleh nilai dl sebesar 1,5889 dan du sebesar 1,7264, dan $4-du=2,2736$. Karena hasil pengujiannya adalah $du < dw < 4-du$ ($1,7264 < 1,865 < 2,2736$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokorelasi.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

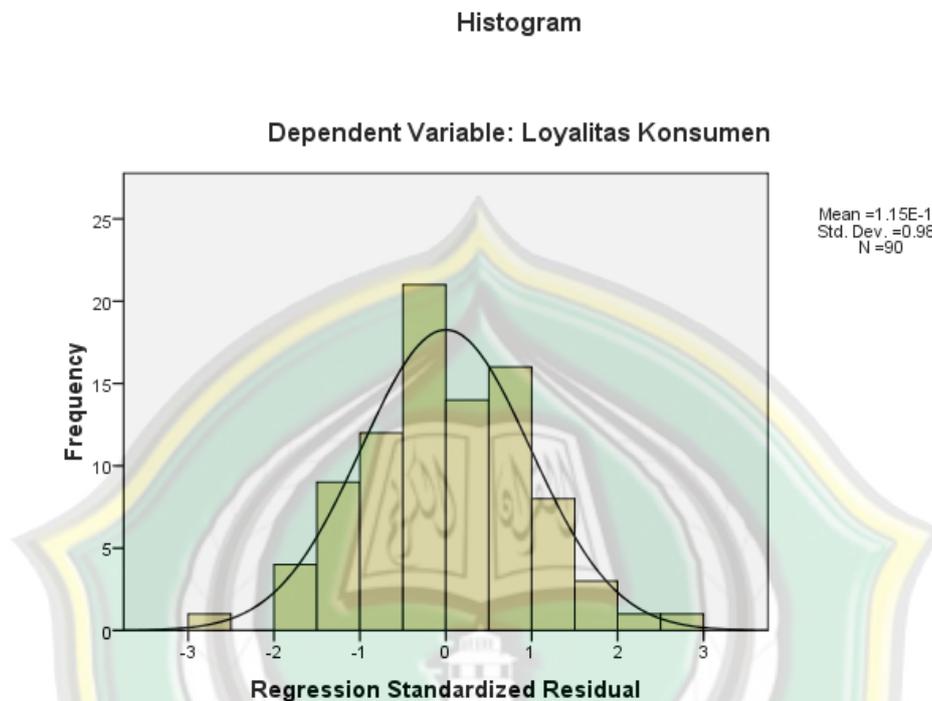
Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan gambar *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram

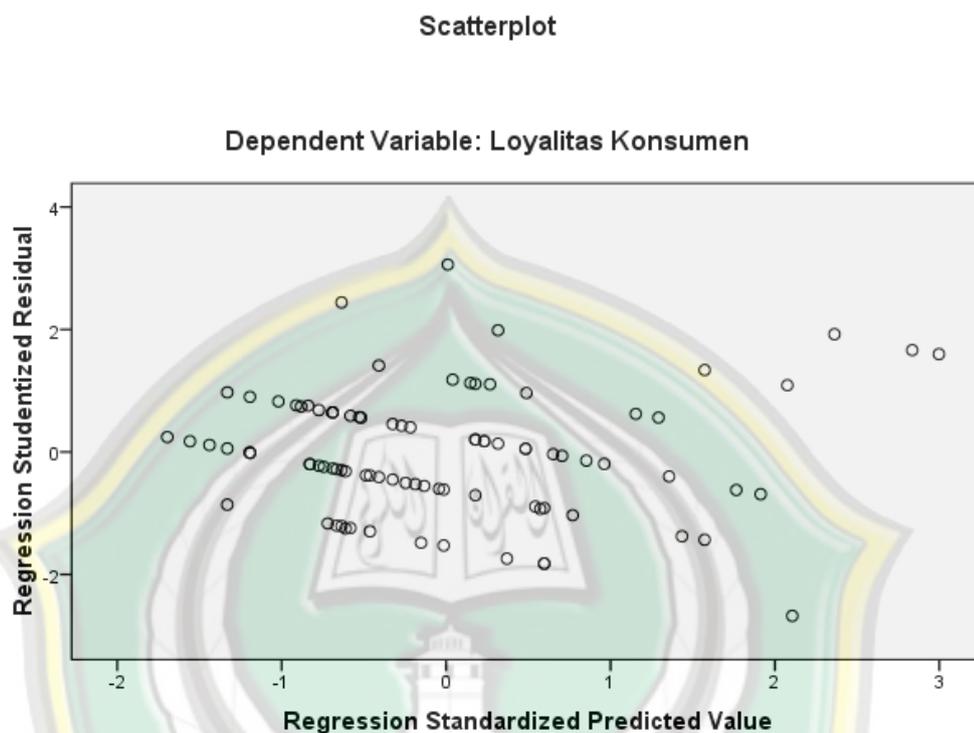


Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram pada gambar di atas, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data berdistribusi normal.

4. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung heteroskedastisitas. Karena data menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot.

Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan grafik scatter plot menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen studi pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab” Bawu Batealit Jepara.

E. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui hasil jawaban responden dari angket yang disebar, yaitu mengenai pengaruh desain

produk kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen. Pengujian ini diketahui seberapa besar prosentase yang dijawab oleh responden setiap item pernyataan.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Deskriptif
Statistics

		Desain Produk	Kualitas Produk	Kemudahan Transaksi	Loyalitas Konsumen
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0
Mean		21.23	17.44	21.84	16.68
Std. Error of Mean		.158	.132	.166	.129
Median		21.00	17.00	21.50	17.00
Mode		20	17	21	16
Std. Deviation		1.499	1.255	1.572	1.225
Range		6	5	7	5
Minimum		19	15	18	15
Maximum		25	20	25	20
Sum		1911	1570	1966	1501

Sumber: Data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3.8 tersebut diperoleh keterangan sebagai berikut:

- N atau jumlah data yang valid (sah untuk diproses) adalah 90 responden. Semua data tentang desain produk, kualitas produk, kemudahan transaksi dan loyalitas konsumen.
- Range atau rentang, pada variabel desain produk sebesar 6, variabel kualitas produk sebesar 5, variabel kemudahan transaksi sebesar 7, dan variabel loyalitas konsumen sebesar 5.
- Minimum, data minimum atau nilai data paling kecil untuk variabel desain produk adalah 19, variabel kualitas produk 15, variabel kemudahan transaksi 18, dan variabel loyalitas konsumen 15.
- Maximum, data maksimum atau nilai data paling besar untuk variabel desain produk adalah 25, variabel kualitas produk 20, variabel kemudahan transaksi 25 dan variabel loyalitas konsumen 20.
- Sum atau total keseluruhan nilai data, total yang paling tinggi terdapat pada variabel kemudahan transaksi yaitu 1966. Kemudian variabel

desain produk sebesar 1911, variabel kualitas produk sebesar 1570, dan variabel loyalitas konsumen sebesar 1501.

- f. Mean, atau rata-rata jawaban responden pada variabel desain produk adalah 21,23. Pada variabel kualitas produk sebesar 17,44. Kemudian variabel kemudahan transaksi sebesar 21,84 dan variabel oyalitas konsumen sebesar 16,68.
- g. Standard deviation atau simpangan baku untuk variabel desain produk adalah 1,499, variabel kualitas produk sebesar 1,255, variabel kemudahan transaksi sebesar 1.572 dan variabel loyalitas konsumen sebesar 1,225.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk, dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen (studi pada konveksi jilbab”Ude;s Hijab” di desa Bawu Batealit Jepara).

Tabel 4.11
Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	6.549	2.432		2.693	.009		
Desain Produk	.279	.082	.342	3.418	.001	.923	1.084
Kualitas Produk	.203	.099	.208	2.057	.043	.906	1.104
Kemudahan Transaksi	.030	.076	.039	.393	.695	.960	1.042

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data yang diolah, 2017

Pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi pengaruh desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen (studi pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab” di desa Bawu Batealit Jepara) sebagai berikut:

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

$$Y = 6,549 + 0,279X_1 + 0,203X_2 + 0,030X_3 + e$$

Dimana:

Y = loyalitas konsumen

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi antara desain produk dengan loyalitas konsumen

X_1 = desain produk

b_2 = koefisien regresi antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen

X_2 = kualitas produk

b_3 = koefisien regresi antara kemudahan transaksi dengan loyalitas konsumen

X_3 = kemudahan transaksi

e = error

Sehingga dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta (a)=6,549, memberikan arti bahwa jika variabel independen dianggap konstan maka rata-rata loyalitas konsumen (Y) sebesar 6,549.
- b. Nilai koefisien regresi (b_1)=0,279. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu desain produk (X_1) maka akan menambah loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,279.
- c. Nilai koefisien regresi (b_2)=0,203. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu kualitas produk (X_2) maka akan menambah loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,203.
- d. Nilai koefisien regresi (b_3)=0,030. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu kemudahan transaksi (X_3) akan menambah loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,030.

3. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji Statistik t)

Pengujian parsial atau uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji signifikansi

parameter parsial ini terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t_{hitung} . Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh df(90-3-1) atau derajat kebebasan 86 dengan signifikansi 5% hasil t_{tabel} sebesar 1,9879. Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.549	2.432				
	Desain Produk	.279	.082	.342	3.418	.001	.923
	Kualitas Produk	.203	.099	.208	2.057	.043	.906
	Kemudahan Transaksi	.030	.076	.039	.393	.695	.960

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

a. Pengujian terhadap Variabel Desain Produk (X1)

Hasil pengujian statistik desain produk terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} 3,418 dengan nilai t_{tabel} 1,9879 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,418 > 1,9879$), artinya terdapat pengaruh secara parsial desain produk terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,001. Sehingga H_a diterima, dan H_0 ditolak.

b. Pengujian terhadap Variabel Kualitas Produk (X2)

Hasil pengujian statistik kualitas produk terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} 2,057 dengan t_{tabel} 1,9879 ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,057 > 1,9879$), artinya terdapat pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,43. Sehingga H_a diterima, dan H_0 ditolak.

c. Pengujian terhadap Variabel Kemudahan Transaksi (X3)

Hasil pengujian statistik kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0,393 dengan t_{tabel} 1,9879 ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,393 < 1,9879$), artinya tidak ada pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,695. Sehingga H_0 diterima, dan H_a ditolak.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara *bersama-sama* (simultan) terhadap variabel terikat. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan sebaliknya. Tabel distribusi F dicari pada derajat kebebasan (df)= $n-k-1$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas). Sehingga F_{tabel} diperoleh $df=90-3-1$ dengan signifikansi 0,05 adalah 2,709. Secara lebih rinci hasil F_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.490	3	9.163	7.423	.000 ^a
	Residual	106.165	86	1.234		
	Total	133.656	89			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data yang diolah, 2017

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 7,423 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,423 > 2,709$) maka H_0 ditolak, artinya desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada “Ude’s Hijab”.

5. Uji Koefisien Determinasi

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel ;ain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah loyalitas konsumen pada “Ude’s Hijab”, selanjutnya variabel independen atau bebas (X) adalah desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.454 ^a	.206	.178	1.111	1.865

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil tabel 3.12, dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R Square 1,78, hal ini berarti 17,8% variasi loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi, dan sisanya ($100\% - 17,8\% = 82,2\%$) dijelaskan oleh sebab –sebab yang lain. Standart Error of Estimate (SEE) sebesar 1,111, semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

F. Pembahasan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh desain produk terhadap loyalitas konsumen pada Konveksi Jilbab “Ude’s Hijab” di desa Bawu Kecamatan Batealit Jepara

Terdapat pengaruh desain produk terhadap terhadap loyalitas konsumen pada Konveksi Jilbab “Ude’s Hijab” di desa Bawu Kecamatan Batealit Jepara. Berdasarkan perhitungan koefisien regresi sebesar 0,279 dan nilai t hitung sebesar 3,418 lebih besar dari nilai t tabel 1,9879 dan tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam desain produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Rusdiana yang menyatakan bahwa desain produk merupakan pioner dan kunci kesuksesan dari sebuah produk untuk menembus pasar. Karena dengan adanya pembaharuan produk akan tercipta konsumsi secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mega Rosalia dan Parjono yang berjudul Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani pada Komunitas Mahasiswi Muslim di UNESA Ketintang, yang menemukan bahwa desain produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Konveksi Jilbab “Ude’s Hijab” di desa Bawu Kecamatan Batealit Jepara

Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,203 dan nilai t hitung sebesar 2,057 lebih besar dari nilai t tabel 1,9879 dan tingkat signifikansi sebesar 0,43 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang

terdapat dalam kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Rudy Prihantoro yang menyatakan bahwa kualitas produk yang diterima konsumen merupakan salah satu kekuatan terpenting yang menentukan keberhasilan, perkembangan, dan keberlangsungan suatu perusahaan. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang diinginkan dan dikehendaki pelanggan. Oleh karena itu, produk atau jasa yang dihasilkan harus terjangkau harganya dan bagus kualitasnya, sehingga pelanggan puas dan tetap loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, tanpa mengurangi nilai profit perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Analia Lumban Gaol dkk yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan Smartphone Samsung, yang menemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

3. Pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen pada Konveksi Jilbab “Ude’s Hijab” di desa Bawu Kecamatan Batealit Jepara

Tidak terdapat pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,030 dan nilai t hitung sebesar 0,393 lebih kecil dari nilai t tabel 1,9879 dan tingkat signifikansi sebesar 0,695 lebih besar dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam kemudahan transaksi ada yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada “Ude’s Hijab”.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori dari Vanessa Gaffar yang menyatakan bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Karena dengan adanya kemudahan

akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga seseorang dalam mengambil keputusan dalam mendapatkan dan mengonsumsi suatu produk atau jasa, yang akan membuat konsumen merasa nyaman dan lebih efisien sehingga akan terjadi konsumsi atau pembelian produk atau jasa secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Kharisma Ayu Prabaning Tyas dan Anik Lestari Andjarwati yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, E-Faktor dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Bank BTPN Purnabakti Cabang Nganjuk, yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

4. Pengaruh secara simultan desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen pada Konveksi Jilbab “Ude’s Hijab” di desa Bawu Kecamatan Batealit Jepara

Dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 7,423 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Karena F hitung $>$ dari F tabel ($7,423 > 2,709$) maka H_0 ditolak, artinya desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’S Hijab”.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurullaili yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro, yang menyatakan bahwa desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan $D_{\text{justed R Square}}$ besarnya 0,178. Ini berarti variabel loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab” dapat dijelaskan oleh variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan kemudahan transaksi (X3) yang diturunkan dalam model sebesar 17,8%. Jadi sisanya 82,2% loyalitas

konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab” dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konveksi jilbab “Ude’s Hijab”. Karena produsen yang memperhatikan desain produk, kualitas produk dan kemudahan transaksi kepada para konsumennya akan memberikan kepuasan kepada konsumen dan konsumen akan merasa senang dalam membeli produknya, sehingga pada akhirnya para konsumen tersebut akan merasa ketagihan dan kemudian menjadi konsumen yang loyal terhadap produk dari produsen tersebut.

