

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya UD. Dadi Barokah

UD. Dadi Barokah Kudus merupakan salah satu jenis UMKM yang bergerak di bidang fashion. UMKM ini digeluti oleh Bapak Tohari sejak 30 tahun yang lalu. Alasan mengapa Bapak Tohari memilih mendirikan UMKM nya dunia fashion, karena dari muda Bapak Tohari ikut bekerja dagang sendal, sepatu, di rumah Ibu Hj Fumanah pada tahun 1973.

Pendirian usaha ini dilatar belakangi oleh pengalaman hidup Bapak Tohari yang sudah ikut bekerja jualan di rumah Ibu Hj Fumanah selama beberapa tahun, dari situlah Bapak Tohari mempunyai pengalaman tentang dunia bisnis fashion.¹

Bapak Tohari mendirikan Usahanya ini mulai dari 0 (nol), Bapak Tohari tidak pernah menyerah meskipun banyak mengalami rintangan dan hambatan saat awal pendirian usahany. Beliau selalu belajar dari dari banyak kesalahan yang beliau dapat sebagai motivasi untuk mencapai suksesnya dan sekarang tahun pertahun usahanya dia semakin berkembang sampai sekarang.²

2. Ruang Lingkup Produk

Ada berbagai macam produk yang beliau ambil dari tengkulak di pati, diantara lain sendal, sepatu, ada macam-macam model dan macam-macam warna yang dihasilkan. Setelah produknya ini mulai laku keras dipasaran kemudian Bapak Tohari mempunyai inisiatip ambil jas hujan dan payung di tengkulak ada saat musim hujan.³

Ketika mendekati kenaikan kelas dan mendekati lebaran biasanya Bapak Tohari ngambil dari tengkulak lebih banyak untuk disetorkan ketoko-toko yang ada dikudus, Demak, Pati, Jepara, Rembang, Blora. Yang terdiri dari sepatu dewasa, sepatu anak, sepatu remaja, sendal dewasa, sendal anak dan sendal remaja.⁴

¹Tohari, Wawancara Oleh Peneliti, 2 Oktober 2019, transkrip.

²Tohari , Wawancara Oleh Penulis, 2 Oktober, 2019, transkrip

³Tohari , Wawancara Oleh Penulis, 2 Oktober, 2019, transkrip

⁴Tohari, Wawancara Oleh Penulis, 2 Oktober, 2019, transkrip

3. Prosedur dan Mekanisme Operasional

Produk UD. Dadi Barokah ini tidak dihasilkan sendiri oleh pemiliknya, melainkan si pemilik yang bisa dipanggil pak Tohari mempunyai 10 karyawan yang membantu dalam proses menjualnya.

Beliau mengambil barang dari pati, lalu dijual lagi ke kota kudas, jepara, demak, blora dan rembang . Biasanya pak tohari mengirim barang pada hari senin – rabu berangkat jam 11:00 siang – 03:00 pagi, kalau selain hari senin-rabu pulangny bisa lebih awal seperti jam 16:00 – 17:00.⁵

B. Deskripsi Identitas Responden

Karakteristik responden perlu disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 jenis, yaitu:

1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu budang usaha, jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda yang dilakukan oleh individu. Penyajian data responden bedasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut ini:

Tabel 4.1
Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

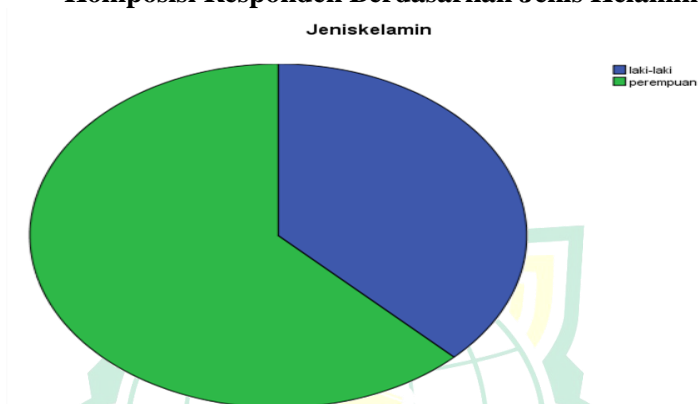
No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	30	37,5
2	Perempuan	50	62,5
	Jumlah	80	100,0

Sumber: *Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 16*

⁵ Tohari, Wawancara Oleh Penulis, 2 Oktober, 2019, transkrip

Tabel 4.1 tersebut dapat dilihat bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 50 orang atau 62,5%, dan sisanya adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 30 orang atau 37,5%

Gambar 4.1
Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS 16*

2. Usia Responden

Dalam keterkaitannya dalam perilaku individu, usia biasanya menunjukkan gambaran akan pengalaman dan tanggung jawab individu. Tabulasi usia responden dapat dilihat sebagai berikut :

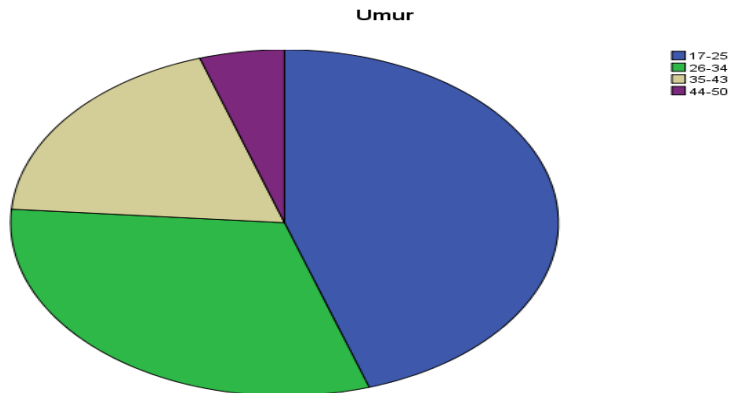
Tabel 4.2
Komposisi Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah	Prosentase
1	17-25 tahun	36	45,0
2	26-34 tahun	25	31,2
3	35-43 tahun	15	18,8
4	44-50 tahun	4	5,0
	Jumlah	80	100,0

Sumber: *Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 16*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagian umur responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 36 orang atau 45,0%, yang berusia 26-34 tahun sebanyak 25 orang atau 31,2%, yang berusia 35-43 tahun sebanyak 15 orang atau 18,8%, dan berusia 44-50 tahun sebanyak 4 orang atau 5,5%.

Gambar 4.2
Komposisi Responden Berdasarkan Usia



Sumber: *Data Primer yang Diolah SPSS 16*

3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan ditempuh oleh responden konsumen UD. Dadi Barokah Kudus dalam penelitian ini bisa dilihat dalam tabel sebagai berikut:

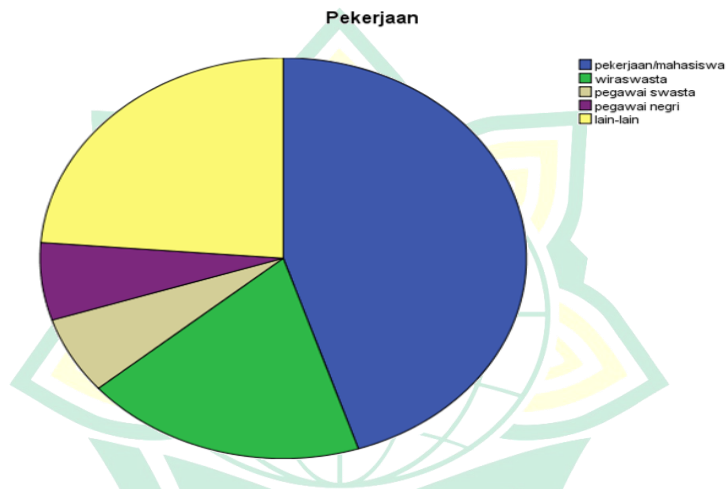
Tabel 4.3
Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Pelajar/Mahasiswa	36	45,0
2	Wiraswasta	15	18,8
3	Pegawai Swasta	5	6,2
4	Pegawai Negeri	5	6,2
5	Lain-lain	19	23,8
	Jumlah	80	100,0

Sumber: *Data Kuesioner yang Diolah, SPSS16*

Berdasarkan data tabel 4.3 diketahui bahwa pekerjaan responden konsumen UD. Dadi Barokah Kudus dari 80 responden yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 36 orang atau 45,5%, wiraswasta sebanyak 15 orang atau 18,8%, pegawai swasta sebanyak 5 orang atau 6,2%, pegawai negeri sebanyak 5 orang atau 6,2%, lain-lain sebanyak 19 orang atau 23,8%.

Gambar 4.3
Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: *Data Primer yang Diolah, SPSS 16*

C. Deskripsi Data Penelitian

Dari hasil masing-masing jawaban responden tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil dari Jawaban Kuesioner Responden

Variabel	item	Total STS (1)	Total TS (2)	Total N (3)	Total S (4)	Total SS (5)	Total
Harga (X1)	P1	1 1,2%	1 1,2%	25 31,2%	21 26,2%	32 40,0%	80 100%
	P2	0 0%	1 1,2%	22 27,5%	27 33,8%	30 37,5%	80 100%

	P3	0 0%	10 12,5%	18 22,5%	16 20,0%	36 45,0%	80 100%
	P4	0 0%	5 6,2%	30 37,5%	11 13,8%	34 42,5%	80 100%
	P5	0 0%	7 8,8%	4 5,0%	20 25,0%	49 61,2%	80 100%
	P6	1 1,2%	1 1,2%	2 2,5%	15 18,8%	61 76,2%	80 100%
Kualitas Produk (X2)	P1	0 0%	7 8,8%	15 18,8%	19 23,8%	39 48,8%	80 100%
	P2	1 1,2%	2 2,5%	18 22,5%	47 58,8%	12 15,0%	80 100%
	P3	1 1,2%	8 10,0%	9 11,2%	41 51,2%	21 26,2%	80 100%
	P4	1 1,2%	2 2,5%	37 46,2%	17 21,2%	23 28,8%	80 100%
	P5	0 0%	5 6,2%	7 8,8%	18 22,5%	50 62,5%	80 100%
	P6	0 0%	3 3,8%	5 6,2%	28 35,0%	44 55,0%	80 100%
Kepuasan Konsumen (Y)	P1	0 0%	12 15,0%	11 13,8%	21 26,2%	36 45,0%	80 100%
	P2	1 1,2%	4 5,0%	25 31,2%	37 46,2%	13 16,2%	80 100%
	P3	0 0%	8 10,0%	11 13,8%	36 45,0%	25 31,2%	80 100%

P4	0 0%	0 0%	36 45,0%	15 18,8%	29 36,2%	80 100%
P5	0 0%	3 3,8%	12 15,0%	21 26,2%	44 55,0%	80 100%
P6	1 1,2%	3 3,8%	12 15,0%	27 33,8%	37 46,2%	80 100%

Sumber: *Data Kuesioner yang Diolah, SPSS 16*

1. Variabel Harga (X1)

- a. Item (1) responden menjawab sangat setuju 32, setuju 21, netral 25, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 1, maka disimpulkan bahwa responden memiliki harga produk sangat terjangkau.
- b. Item (2) responden menjawab sangat setuju 30, setuju 27, netral 22, tidak setuju 1 dan sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa responden merasa harga produk sesuai dengan kualitas produk.
- c. Item (3) responden menjawab sangat setuju 36, setuju 16, netral, 18, tidak setuju 10, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa responden yakin daya saing harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan yang lain
- d. Item (4) responden menjawab sangat setuju 34, setuju 11, natiral 30, tidak setuju 5, dan sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa harga produk sangat bervariasi
- e. Item (5) responden menjawab sangat setuju 49, setuju 20, netral 4, tidak setuju 7, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa potongan pembelian yang diberikan dapat menarik pelanggan
- f. Item (6) responden menjawab sangat setuju 61, setuju 15, natural 2, tidak setuju 1, sanagat tidak setuju 1, maka disimpulkan bahwa harga produk yang ditetapkan sangat terjaangkau

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

- a. Item (1) responden menjawab sangat setuju 39, setuju 19, netral 15, tidak setuju 7, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa produk yang dijual sangat bervariasi

- b. Item (2) responden menjawab sangat setuju 12, setuju 47, netral 18 tidak setuju 2, sangat tidak setuju 1, maka disimpulkan bahwa produk yang dijual produk yang berkualitas
 - c. Item (3) responden menjawab sangat setuju 21, setuju 41, netral 9, tidak setuju 8, sangat tidak setuju 1, maka disimpulkan bahwa produk yang dijual bermerek
 - d. Item (4) responden menjawab sangat setuju 23, setuju 17, netral 37, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 1, maka disimpulkan bahwa produk yang dijual mempunyai kemasan yang menarik pelanggan
 - e. Item (5) responden menjawab sangat setuju 50, setuju 18, netral 7, tidak setuju 5, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa kualitas daya tahan produk bisa dipercaya
 - f. Item (6) responden menjawab sangat setuju 44, setuju 28, netral 5, tidak setuju 3, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa produk UD. Dadi Barokah mempunyai kualitas yang istimewa.
3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
- a. Item (1) responden menjawab sangat setuju 36, setuju 21, netral 11, tidak setuju 12, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa merasakan puas karena produk yang dijual sesuai dengan yang diharapkan
 - b. Item (2) responden menjawab sangat setuju 13, setuju 37, netral 25, tidak setuju 4, sangat tidak setuju 1, maka disimpulkan bahwa produk yang dijual sangat nyaman
 - c. Item (3) responden menjawab sangat setuju 25, setuju 38, netral 11, tidak setuju 8, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa produk yang dijual berkualitas dan terjangkau sehingga bisa untuk merekomendasikan.
 - d. Item (4) responden menjawab sangat setuju 29, setuju 15, netral 36, tidak setuju 0, sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan konsumen
 - e. Item (5) responden menjawab sangat setuju 44, setuju 21, netral 12 tidak setuju 3 dan sangat tidak setuju 0, maka disimpulkan bahwa pegawai di UD. Dadi Barokah sangat loyal terhadap pelanggan
 - f. Item (6) responden menjawab sangat setuju 37, setuju 27, netral 12, tidak setuju 3 dan sangat tidak setuju 1,

maka disimpulkan bahwa terkenal baik dimata pelanggan

D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan. Uji ini pada SPSS 16.0 dapat dilihat dalam kolom *corrected item-total correlation* yang merupakan nilai r_{hitung} untuk masing-masing pernyataan. Jika r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut dapat diterima atau valid. Dalam penelitian ini, penulis mengadakan percobaan menyebar kuesioner sebanyak 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan bantuan alat olah statistik SPSS 16. Diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Responden

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	P1	0,778	0,220	Valid
	P2	0,808	0,220	Valid
	P3	0,897	0,220	Valid
	P4	0,754	0,220	Valid
	P5	0,808	0,220	Valid
	P6	0,950	0,220	Valid
Kualitas Produk (X2)	P1	0,945	0,220	Valid
	P2	0,504	0,220	Valid
	P3	0,931	0,220	Valid
	P4	0,856	0,220	Valid
	P5	0,666	0,220	Valid
	P6	0,941	0,220	Valid
Kepuasan	P1	0,939	0,220	Valid
	P2	0,628	0,220	Valid
	P3	0,916	0,220	Valid

Konsumen (Y)	P4	0,913	0,220	Valid
	P5	0,688	0,220	Valid
	P6	0,875	0,220	Valid

Sumber: *Data Diolah dari Program SPSS 16*

Dedasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,220) dan bernilai positif. Dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 di mana dalam mengukur reabilitas di sini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha(a)*, yang mana suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 ($>0,6$)

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	Reability Coeffcient	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	7 item	0,804	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	7 item	0,801	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	7 item	0,805	Reliabel

Sumber: *Data Diolah dari Program SPSS 16*

Dari tabel diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,6$ yang artinya bahwa semua variabel X_1 , X_2 , dan Y dapat dikatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada priode t dengan kesalahan pengganggu pada priode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji

Durbin-Watson (DW test). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan Uji Durbin-Watson (DW test).

Tabel 4.7
Kriteria Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dI$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada kepuasan	$dI \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negati	Tolak	$4 - dI < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negativ	Tidak ada kepuasan	$4 - du \leq d \leq 4 - dI$
Tidak ada autokorelasi positif /negativ	Terima	$Du < d < 4 - du$

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.8 Dibawah ini:

Tabel 4.8
Tabel Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625 ^a	.391	.375	1.851	1.713

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: *Data Diolah dari Program SPSS 16*

Hasil dari korelasi tabel diatas, diketahui nilai Durbin-Watson yang dihasilkan dari tabel regresi adalah 1,713 sedangkan dari tabel Durbin Watson dengan signifikan 0,05 dan K = 2 diperoleh nilai dl sebesar dL = 1,586 dan dU sebesar 1,688 dan 4-Du = 2,312, maka $Du < d < 4 - du$ atau $1,688 < 1,713 < 2,312$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif/negatif.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat melalui nilai tolerance dan lawannya variance Inflation factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karen $VIF = 1/tolerance$) Nilai cutt off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

Tabel 4.9
Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	0,759	1.318
Kualitas Produk	0,759	1.318

Sumber: *Data Diolah dari Program SPSS 16*

a. Harga

Nilai Tolerance $0,759 > 0,10 =$ tidak terjadi multikolinieritas

b. Kualitas Produk

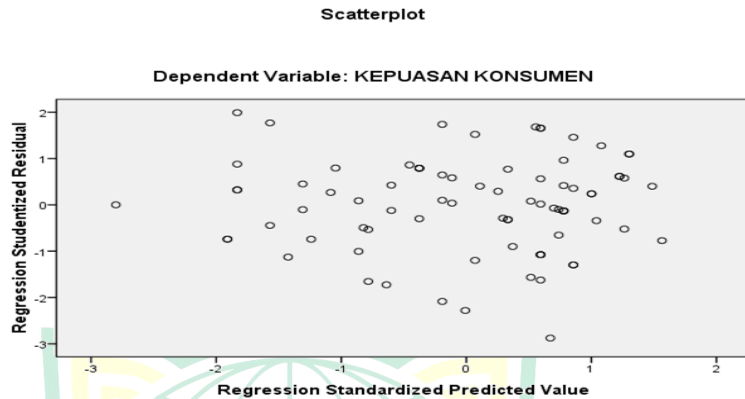
Nilai Tolerance $0,759 > 0,10 =$ tidak terjadi multikolinieritas

Jadi kesimpulannya adalah variabel harga (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan apakah sebuah model regresi, terjadi ketidak samaan *varians* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Berikut hasil uji heterokedastisitas:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedasitas



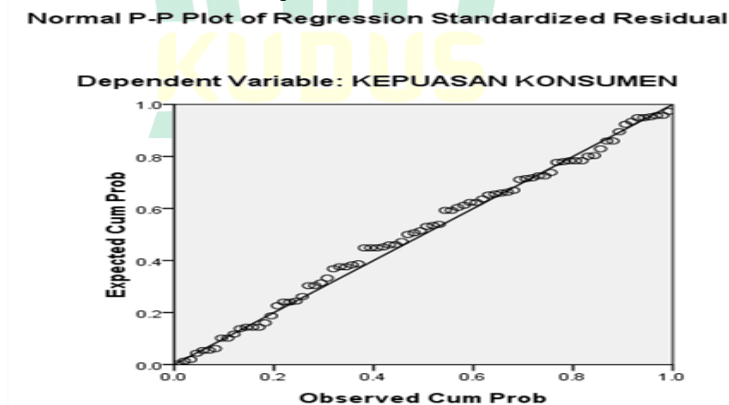
Sumber: *Data Primir yang Diolah, 2016*

Berdasarkan grafik Scatterplot pada tabel di atas menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedasitas.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normalitas

Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas



Sumber: *Data Diolah dari Program SPSS, 16*

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa data memenuhi uji normalitas. Hal ini dikarenakan titik-titik pada grafik PP Plot searah dengan garis.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah, dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.10
Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6.449	2.631
Harga	.384	.115
Kualitas Produk	.327	.087

Sumber: *Data Diolah dengan Program SPSS, 16*

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi di atas dapat dinyatakan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6.449 + 0,384 X_1 + 0,327 X_2 + e$$

- Konstanta sebesar 6.449 menyatakan bahwa jika variabel independen Harga (X_1), dan Kepuasan Konsumen (X_2) nilainya adalah nol, maka besarnya kepuasan konsumen (Y) adalah 6.449.
- Koefisien regresi variabel X_1 (Harga) diperoleh sebesar 0,384 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan harga sebesar 100% akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 38,4% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi variabel X_2 (Kualitas Produk) diperoleh sebesar 0,327 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan kualitas produk sebesar 100% akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 32,7% jika variabel independen lain dianggap konstan.

2. Uji-t (parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial (individual) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Tabel distribusi t dicari derajat pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n) adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (80-2-1)$ dengan signifikan 5% adalah 1667. Secara lebih rinci dijelaskan dalam tabel berikut, apabila $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.11
Hasil Uji t (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.449	2.631		2.454	.016
HARGA	.384	.115	.341	3.334	.001
KUALITAS PRODUK	.327	.087	.383	3.749	.000

Sumber: *Data Diolah Dengan SPSS 16*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a. Pengaruh harga (X1) terdapat kepuasan konsumen (Y)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,334 > t_{tabel} 1,667$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

- b. Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,749 > t_{tabel} 1,667$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y

3. Uji F (Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	169.249	2	84.625	24.687	.000 ^a
Residual	263.951	77	3.428		
Total	433.200	79			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: *Data Diolah dengan Program SPSS 16*

Dari tabel 4.12 Diatas diketahui bahwa F tabel sebesar 3,11 dengan derajat kebebasan df untuk pembilang / variabel (K) = 2 dan df untuk penyebut (n-k) = 80-2 adalah 78 dengan tingkat signifikansi 5%. Sedangkan perhitungan F hitung dari hasil tabel diatas sebesar 24.687 dan signifikansi pada 0,000 < dari $\alpha = 0,05$ maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen (harga dan kualitas produk) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. R^2 yang digunakan adalah nilai Adjusted R Square yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. Adjusted R Square merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu sesuai variabel independen ke dalam persamaan. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.391	.375	1.851

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: *Data Diolah dengan program SPSS 16*

Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai adjusted R square dalam tabel adalah ,375. Angka R Square disebut juga dengan koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi ,391 sama dengan 39,1%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar ,391 tingkat kepuasan pelanggan yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan harga dan kualitas produk. Sedangkan sisanya (100%-39,1% = 6,09%) disebabkan oleh faktor-faktor lain. Dengan kata lain, kemampuan menerangkan besarnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 39,1%, sedangkan sisanya 6,09% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Sedangkan *Standar Error of Estimate* (SEE) sebesar 1,851, semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependent.

G. Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Dadi Barokah. Berdasarkan data penelitian yang dianalisis maka dilakukan pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa persamaan $Y = 6.449 + 0,384 X_1 + 0,327 X_2 + e$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan arah yang positif antara harga terhadap kepuasan konsumen pada UD. Dadi Barokah Kudus. Artinya apabila harga meningkat 1 poin maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,384 poin.

Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa nilai sig. Untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,334 > t_{tabel} 1,667$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1

terhadap Y. Ini berarti variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif pada kepuasan konsumen. Hasil tersebut mempunyai makna bahwa kepuasan konsumen akan meningkat apabila harga ditingkatkan. Semakin tinggi harga, semakin tinggi pula⁶ kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah. Harga terhadap kepuasan konsumen pada penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang berupa angket

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau suatu produk atau jasa. Hasil ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hetty Sri Wardani yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga mempunyai $t_{hitung} -0,368 > t_{tabel} 1,673$ dengan nilai signifikan $0,714 > 0,05$, maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan minat beli konsumen muslim di Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Bahwa hipotesis 2 ditolak, yang menyatakan "harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang."⁷

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah Kudus, responden yang dominan dalam penelitian ini adalah perempuan, karena sebagian besar produk dari UD. Dadi Barokah adalah sepatu dan sandal perempuan, dengan adanya produk yang baik maka konsumen lebih memilih UD. Dadi Barokah Kudus ini dibandingkan dengan produk dari lainnya.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa persamaan $Y = 6,449 + 0,384 X_1 + 0,327 X_2 + e$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan arah yang positif antara kualitas produk terhadap

⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, 468.

⁷Hetty Sri Wardani, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang" (skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015), 77.

kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah artinya apabila kualitas produk meningkat 1 poin maka minat kepuasan konsumen 0,327 poin.

Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa nilai sig. Untuk mengetahui pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,749 > t_{tabel} 1,667$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Ini berarti variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya, kualitas produk dan jasa, kepuasan konsumen dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat, semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan seringkali biaya yang lebih rendah. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan konsumen.⁸

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah hasil ini menunjukkan bukti bahwa semakin baik kualitas produk yang di berikan maka akan semakin meningkatnya kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik konsumen akan merasa puas dan senang, yang nantinya konsumen akan merekomendasikan kepada yang lain bahwa produk dari UD. Dadi Barokah adalah produk yang unggul dan berkualitas.

Hal ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh William Liecardo, yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Kesetiaan Pelanggan *Fashion Cryspyduck* Pada Toko Skate Element medan. dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai nilai $t_{hitung} 4,228$ dengan nilai jalur $0,517$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka terdapat

⁸Indriyo, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*, 226-227.

pengaruh positif secara langsung dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.⁹

3. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di UD. Dadi Barokah Kudus dan masing-masing variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.



⁹William Liecardo, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan Fashion Crispyuck pada toko Skate Element Medan” (skripsi, Universitas Sumatra Utara, 2017), 97.