

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Gambaran Umum Perusahaan Mandiri Furniture Kudus

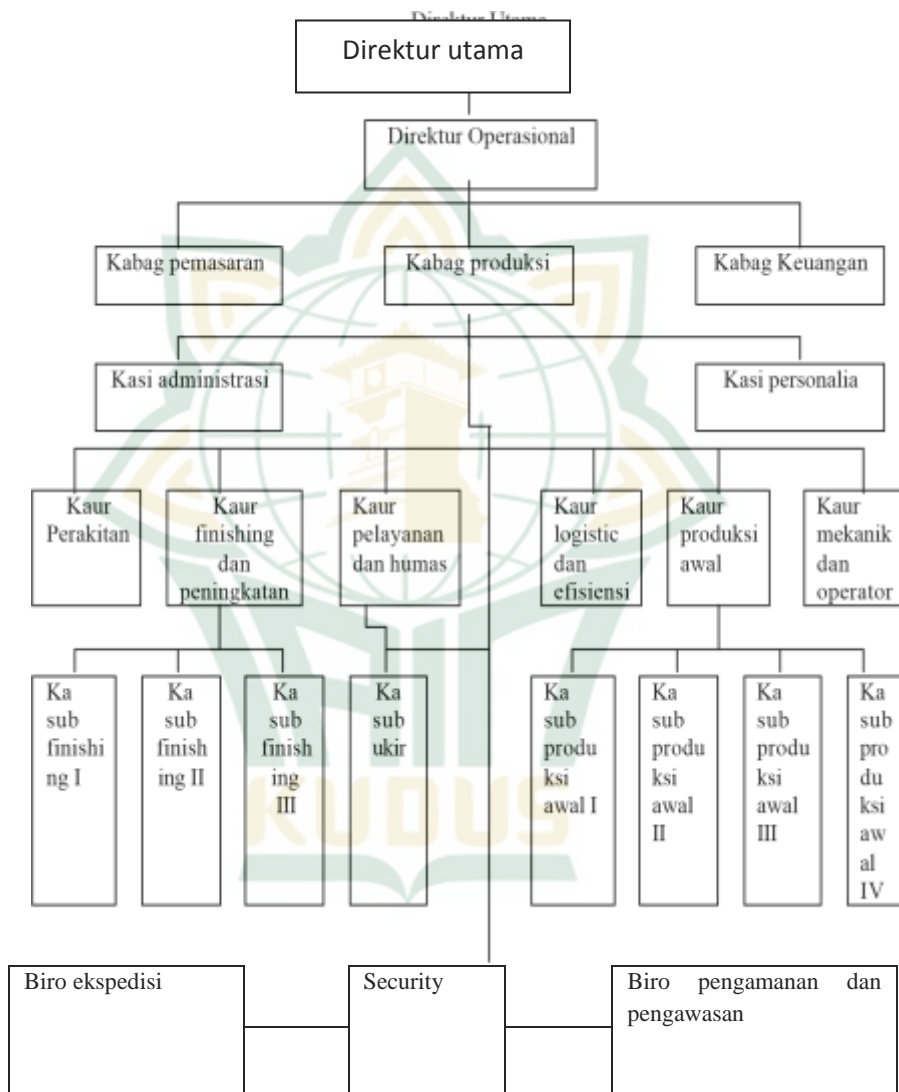
Mandiri Furniture Kudus adalah usaha yang didirikan oleh Bapak Saluki pada tahun 2008, Bapak Saluki sebagai pelaku usaha sekaligus pemilik usaha saat ini beralamat di Karangmalang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus Jawa Tengah 59333. Perusahaan Mandiri Furniture Kudus bergerak dalam bidang industri furniture interior. Perusahaan Mandiri Furniture Kudus berpandangan bahwa Negara Indonesia merupakan Negara dengan mempunyai banyak hutan yang dilindungi pemerintah. Peluang begitu besar diikuti dengan adanya larangan dari pemerintah untuk menebang hutan. Dengan adanya peraturan pemerintah tersebut Perusahaan Mandiri Furniture Kudus mencari terobosan baru dengan memproduksi kayu menjadi produksi furniture agar dapat dipasarkan di pasar local dan internasional.

Perusahaan Mandiri Furniture Kudus telah berhasil memasarkan hasil pasar di berbagai daerah di provinsi Jawa Tengah seperti, Kudus, Jepara, Batang, Tegal. Untuk menambah pasaran mereka perusahaan ini juga memasarkan di luar Jawa tengah, seperti Jawa Barat, Jawa Timur dan pulau Bali dan sekitarnya. Perusahaan Mandiri Furniture membuat furniture yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang dapat bersaing di pasar local. Perusahaan Mandiri Furniture Kudus membuat produk berupa bermacam-macam furniture interior, perabot rumah tangga dan perabot kantor.

2. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi mendeskripsikan secara jelas tanggungjawab dan wewenang dari masing-masing bagian dalam perusahaan. Struktur menjadi tidak terjadinya overlapping pekerjaan dari bagian-bagian yang ada sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai dengan lancar dan optimal.

Struktur organisasi Perusahaan Mandiri Furniture Kudus adalah :



Sumber : Perusahaan Mandiri Furniture Kudus

Gambar 4.1

Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Mandiri Furniture Kudus

Keterangan :

a. Direktur Utama

Tugas Utama Direktur Utama adalah :

- 1) Bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan perusahaan merangkap sebagai bagian penelitian dan pengembangan perusahaan.
- 2) Menentukan kebijaksanaan perusahaan.
- 3) Memimpin dan menyusun rencana perusahaan.
- 4) Memberikan pengarahan dan motivasi kerja para bawahan.

b. Direktur Operasional

Direktur operasional bertanggung jawab mengawasi jalanya perusahaan secara keseluruhan.

c. Kabag Pemasaran

Kabag pemasaran bertugas :

- 1) Mencatat dan melayani penjualan.
- 2) Mencari dan membina pelanggan.
- 3) Memperkenalkan dan menjual produksi

d. Kabag Produksi

Kabag produksi bertugas :

- 1) Bersama-sama karyawan menentukan besarnya produksi yang akan dihasilkan.
- 2) Menentukan standar kualitas dan komposisi pemakaian material.

e. Kabag Keuangan

Kabag keuangan bertugas :

- 1) Membuat laporan rugi/ laba dan neraca setiap periodik
- 2) Meneliti kebenaran dan pemberian kode perkiraan, kelengkapan kebenaran serta keabsahan lampiran-lampiran yang masuk atau keluar dari bank.

- f. Kasi Administrasi
Kasi administrasi bertugas :
 - 1) Membuat rencana pengeluaran uang, kebutuhan barang dan bahan, modal kerja yang telah diatur dengan anggaran perusahaan.
 - 2) Membuat rencana kerja dan rencana anggaran tahunan.
- g. Kaur Perakitan dan Assembiling.
Kaur perakitan dan assembiling bertanggung jawab atas proses perakitan dan Assembiling.
- h. Kaur finishing
Kaur finishing bertugas mengawasi dan bertanggung jawab atas proses finishing yang terdiri dari : Ka Sub Finishing I, Ka Sub Finishing II, dan Ka Sub Finishing III
- i. Kaur Pelanggan dan Humas
Kaur Pelanggan dan Humas bertugas mengawasi dan bertanggung jawab dalam membantu keinginan konsumen, termasuk didalamnya
Ka Sub Ukir.
- j. Kaur Logistik dan Efisiensi
Kaur Logistik dan Efisiensi bertugas mengawasi dan bertanggung jawab dalam urusan Logistik dan efisiensi.
- k. Kaur Produksi
Kaur Produksi bertugas mengawasi dan bertanggung jawab atas proses produksi awal yang terdiri dari : Ka Sub Produksi Awal I, Ka Sub Produksi Awal II, dan Ka Sub Produksi Awal III, serta
Ka Sub
Pembahanan
- l. Kaur Mekanik dan Operator
Kaur Mekanik dan Operator bertugas memelihara kelancaran mesinmesin dan memperbaiki kerusakan mesin
- m. Biro Ekspedisi
Biro Ekspedisi bertugas mengawasi dan bertanggung jawab atas barang yang dikirim keluar atau barang yang akan masuk ke gudang.

- n. Biro Pengamanan dan Pengawasan
Biro Pengamanan dan Pengawasan bertanggung jawab dan mengamati unit produksi yang dihasilkan serta menjamin keamanan bahan baku yang masuk atau keluar.
- o. Security
Security bertugas mengawasi dan bertanggung jawab atas keamanan gedung atau toko serta pabrik.

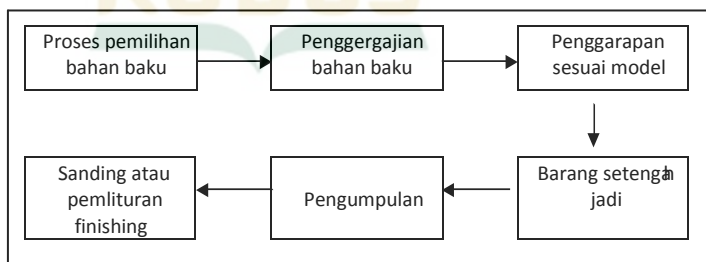
3. Personalia Perusahaan

Dalam aktivitasnya, Mandiri Furniture Kudus banyak menggunakan tenaga kerja manusia. Beberapa hal yang terkait dengan masalah perusahaan yaitu :

- a. Jumlah dan klasifikasi tenaga kerja, perusahaan Mandiri Furniture Kudus memiliki tenaga kerja sebanyak 100 orang
- b. Jam kerja perusahaan
Hari Senin – Sabtu pukul 08:00 – 16:00 istirahat jam 12:00 – 13:00
Hari Minggu dan hari besar libur
- c. Sistem gaji dan upah, gaji diberikan sesuai dengan standar umum dan dihitung secara mingguan dan bulanan kecuali yang produk borongan.

4. Proses Produksi

Secara skematis proses produksi dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Perusahaan Mandiri Furniture

Gambar 4.2

Bagan Proses Produksi Perusahaan Mandiri Furniture Kudus

Keterangan :

- a. Proses pemilihan bahan baku
Untuk pembuatan furniture-interior diperlukan bahan baku utama yaitu kayu jati untuk dibuat perabot rumah tangga dan perabot kantor. Bahan baku tersebut dipilih dengan cermat sehingga diperoleh kayu jati yang betul-betul berkualitas dan dapat dipakai untuk berbagai jenis furniture interior yang akan diproduksi. Bahan baku tersebut dapat dibeli dari pihak perhutani dan pihak lain.
- b. Proses penggergajian bahan baku
Setelah mendapatkan bahan baku, bahan baku tersebut dibawa ke penggergajian dan dipotong-potong sesuai dengan ukuran dan kebutuhan.
- c. Penggarapan sesuai produksi
Setelah bahan baku dipotong lalu memulai mengerjakan furnitureinterior dalam berbagai jenis dan model yang berbeda yang masih dalam bentuk potongan-potongan yang dirangkai sesuai dengan gambar model misalnya kursi.
- d. Barang setengah jadi
Setelah pembuatan potongan model produk, potongan tersebut dirangkai dngan modelnya, sehingga kelihatan bentuk dasarnya. Dalam pembuatan barang setengah jadi ini dilakukan kegiatan memaku, mengelem, dempul, dan memasang sekrup.
- e. Pengamplasan
Setelah menjadi barang setengah jadi, maka bentuk dasar setengah jadi tersebut dihaluskan seratselat kayunya sambil diteliti keadaan fisiknya.
- f. Sanding atau pemlituran atau finishing
Setelah barang setengah jadi halus, maka dilakukan pengecatan setelah barang diplitur atau dicat maka barang siap dijual. Kemudian barang dibungkus dan dimasukkan ke dalam gudang terlebih dahulu.

5. Pemasaran dan distribusi

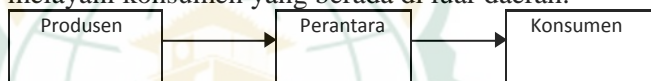
Daerah pemasaran produk furniture interior ini cukup luas, meliputi beberapa daerah. Diantaranya adalah :

Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Sedangkan untuk system pemasarannya ada dua cara yaitu:

- a. Saluran distribusi langsung, yaitu antara produsen dengan konsumen bertemu secara langsung. Hal ini dilakukan untuk melayani konsumen yang langsung datang ke perusahaan.



- b. Saluran distribusi tidak langsung, yaitu antara produsen dan konsumen tidak bertemu langsung, melainkan melalui perantara. Hal ini dilakukan untuk melayani konsumen yang berada di luar daerah.



6. Sistem Persediaan

System persediaan yang digunakan perusahaan selama ini adalah dengan melakukan pembelian bahan baku yang secukupnya didasarkan pada jumlah pesanan yang ada atau dengan melakukan pembelian bahan baku yang cukup besar dalam gudang untuk memenuhi kebutuhan pasar atau kadang-kadang habis untuk memenuhi pesanan yang ada. Meskipun begitu tetap menyediakan persediaan cadangan atau persediaan pengaman agar dapat memenuhi pesanan apabila jumlah persediaan di gudang habis.

B. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan konsumen perusahaan Mandiri Furniture Kudus, penentuan jenis populasi didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah saluran distribusi, promosi, serta keputusan pembelian pada perusahaan Mandiri Furniture Kudus. Sehingga data yang terkumpul bisa valid dan reliabel. Dari 96 kuisioner yang peneliti sebarakan, semua kembali kepada peneliti sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

1. Karakteristik Responden

Dari hasil kuesioner diperoleh karakteristik responden sebagai berikut

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	53	55,2%
2	Perempuan	43	44,8%
	Jumlah	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 responden atau 55,2%, sedangkan responden wanita sebanyak 43 responden atau 44,8%. Jumlah laki-laki lebih banyak dikarenakan mayoritas konsumen dari Mandiri Furniture berjenis laki-laki.

b. Usia

Tabel 4.2
Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 25 Tahun	10	10,4%
2	26-30 Tahun	13	13,5%
3	31-35 Tahun	16	16,6%
4	36-40 Tahun	47	48,9%
5	> 41+ Tahun	10	10,4%
	Jumlah	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 36-40 Tahun sebanyak 47 responden atau 48,9%.

c. Pendapatan

**Tabel 4.3
Pendapatan**

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	> Rp. 5.000.000	43	44,8%
2	Rp 2.00.0001 – Rp 5.000.000	36	37,5%
3	< Rp 2.000.000	17	17,7%
	Jumlah	96	100%

Sumber: data primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.3. mayoritas pendapatan perbulan responden sebesar >Rp. 5.000.000 sebanyak 43 orang atau 44,8%.

C. Deskripsi Data

1. Tanggapan Responden Berdasarkan Desain

Tanggapan responden berdasarkan desain dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4.
Desain**

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	S T S	
1	Model produk di Mandiri Furniture memiliki ciri khas tersendiri pada ukirannya/	24	41	26	5	0	96
		25	42,	27,	5,2	0	100
		%	7%	1%	%	%	%
2	Gaya yang ditampilkan oleh produk di Mandiri Furniture tidak	43	30	23	0	0	96
		44,8	31,	24	0%	0	100
		%	3%	%	%	%	%

	membosankan						
3	Produk di Mandiri Furniture memiliki banyak atau variasi yang mengikuti keinginan pasar.	44 45,5 %	29 30, 2%	23 24 %	0 0% %	0 0 %	96 100 %
4	Produk mebel di Mandiri Furniture tidak ketinggalan jaman (up to date) sehingga konsumen tertarik untuk membelinya.	39 40,6 %	28 29, 2%	27 28, 1%	2 2,1 %	0 0 %	96 100 %

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.4. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Produk di Mandiri Furniture memiliki banyak atau variasi yang mengikuti keinginan pasar dengan jawaban sangat setuju sebanyak 44 responden atau 45,5%.

2. Tanggapan Responden Berdasarkan Harga

Tanggapan responden berdasarkan harga dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.5.
Harga

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Mandiri Furniture memiliki harga yang terjangkau	38 39,6%	32 33, 3%	24 25, 0%	2 2,1 %	0 0 %	96 100 %
2	Harga mebel yang ditawarkan sama dengan harga mebel lainnya	24 25%	39 40, 6%	28 29, 2%	5 5,2 %	0 0 %	96 100 %
3	Mandiri Furniture menyesuaikan harga dengan kualitas produk	40 41,7%	33 34, 4%	23 24 %	0 0% %	0 0 %	96 100 %
4	Harga produk di Mandiri Furniture sesuai dengan manfaat produk,	39 40,6%	33 34, 4%	24 25 %	0 0% %	0 0 %	96 100 %

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.5. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Mandiri Furniture menyesuaikan harga dengan kualitas produk dengan jawaban sangat setuju sebanyak 40 responden atau 41,7%.

3. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Produk

Tanggapan responden berdasarkan kualitas produk dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.6.
Kualitas Produk

No.	Indikator	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Produk mebel di Mandiri Furniture memiliki bentuk yang elegan	31 32,3 %	39 40,6 %	21 21,9 %	5 5,2 %	0 0%	96 100%
2	Fitur produk mebel di Mandiri Furniture banyak dijumpai dalam brosur	47 49%	28 29,2 %	21 21,9 %	0 0%	0 0%	96 100%
3	Produk mebel di Mandiri Furniture memiliki mutu yang tidak kalah dengan pesaingnya.	47 49%	28 29,2 %	21 21,9 %	0 0%	0 0%	96 100%
4	Produk mebel di Mandiri Furniture sesuai dengan brosurnya	31 32,3 %	39 40,6 %	21 21,9 %	5 5,2 %	0 0%	96 100%
5	Produk mebel di Mandiri Furniture berdaya tahan lama	40 41,7 %	33 34,4 %	23 24%	0 0%	0 0%	96 100%
6	Produk mebel di Mandiri Furniture memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi.	39 40,6 %	33 34,4 %	24 25%	0 0%	0 0%	96 100%

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.6. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Fitur produk mebel di Mandiri Furniture banyak dijumpai dalam brosur dan Produk mebel di Mandiri Furniture memiliki mutu yang tidak kalah dengan pesaingnya masing-masing dengan jawaban sangat setuju sebanyak 47 responden atau 49%.

4. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Konsumen

Tanggapan responden berdasarkan kepuasan konsumen dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.7.
Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Konsumen puas dengan kualitas produk mebel di Mandiri Furniture.	21 21,9%	41 42, 7%	28 29, 2%	6 6,3 %	0 0 %	96 100%
2	Konsumen puas dengan harga mebel di Mandiri Furniture	40 41,7%	31 32, 3%	25 26 %	0 0%	0 0 %	96 100%
3	Konsumen puas dengan layanan di di Mandiri Furniture	24 25%	44 45, 8%	25 26 %	3 3,1 %	0 0 %	96 100%
4	Seluruh pelanggan puas dengan Mandiri Furniture	39 40,6%	33 34, 4%	24 25 %	0 0%	0 0 %	96 100%

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.7. di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Konsumen puas dengan harga mebel di Mandiri Furniture dengan jawaban sangat setuju sebanyak 40 responden atau 41,7%

D. Pengujian Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan try out 96 responden. Nilai rtabel yang dihasilkan untuk $(df=n-2)=96$ yaitu 0,227. Tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui validitas. Suatu instrumen itu valid, apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur.¹

¹Arikunto, S., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows

1) Uji Validitas

a) Kepuasan Konsumen

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.8
Uji Validitas Kepuasan Konsumen
N=96

No.	Pertanyaan	Rhitung	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,896	0,207	0,000	Valid
2	Item_2	0,614	0,207	0,000	Valid
3	Item_3	0,857	0,207	0,000	Valid
4	Item_4	0,837	0,207	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel kepuasan konsumen adalah valid.

b) Desain

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.9
Uji Validitas Desain
N=96

No.	Pertanyaan	rhitung	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,804	0,207	0,000	Valid
2	Item_2	0,854	0,207	0,000	Valid
3	Item_3	0,858	0,207	0,000	Valid
4	Item_4	0,817	0,207	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel desain adalah valid.

c) Harga

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.10
Uji Validitas Harga
N=96

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,786	0,207	0,000	Valid
2	Item_2	0,964	0,207	0,000	Valid
3	Item_3	0,837	0,207	0,000	Valid
4	Item_4	0,825	0,207	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel harga adalah valid

d) Kualitas Produk

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.11
Uji Validitas Kualitas Produk
N=96

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Item_1	0,858	0,207	0,000	Valid
2	Item_2	0,755	0,207	0,000	Valid
3	Item_3	0,755	0,207	0,000	Valid
4	Item_4	0,840	0,207	0,000	Valid
5	Item_5	0,868	0,207	0,000	Valid
6	Item_6	0,780	0,207	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pertanyaan dalam variabel kualitas produk adalah valid

2) Uji Reliabilitas

Tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui reliabilitas. instrumen tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan diantara subjek².

Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas
N=96

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
	Kepuasan Konsumen	0,809	$\geq 0,600$	Reliabel
	Desain	0,852	$\geq 0,600$	Reliabel
	Harga	0,824	$\geq 0,600$	Reliabel
	Kualitas Produk	0,895	$\geq 0,600$	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $\geq 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

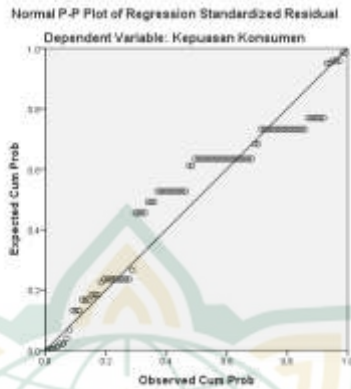
a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot.³

Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan seperti gambar dibawah ini:

² *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 228.

³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005) , 112.



Gambar 4.2.
Uji Normalitas *Scater Plot*

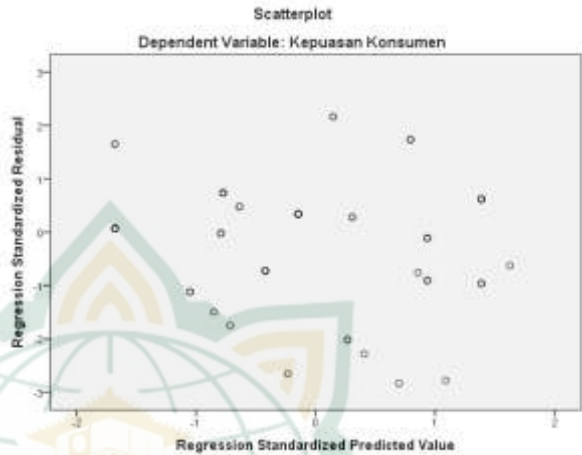
Berdasarkan tabel 4.1. diatas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas⁴.

Hasil uji heterokedastisitas dapat ditunjukkan seperti gambar dibawah ini

⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 105.



Gambar 4.3.
Uji Heteastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas

c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi:⁵

Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan seperti tabbel dibawah ini :

⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 92

Tabel 4.13
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Desain	.948	2.842
	Harga	.862	1.055
	Kualitas Produk	.840	1.137

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa angka *Tolerance* diatas ($>$) 0,1 dan mempunyai nilai *VIF* di bawah ($<$) 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Hasil uji autokorelasi dapat ditunjukkan seperti tabbel dibawah ini :

Tabel 4.14
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887 ^a	.786	.796	1.26263	1.473

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Desain

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai Durbin watson sebesar 1,060. Sehingga nilai DW berada diantara $dU (1,029) < DW (1,473) < 4 - dU (4 - 1,029 = 2,3007)$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Artinya baha variabel independent dalam penelitian ini tidak terganggu atau terpengaruhi oleh variabel pengganggu.

3. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat)⁶ seperti tabel dibawah ini

Tabel 4.15
Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.963	.825	
	Desain	.286	.212	.297
	Harga	.707	.194	.704
	Kualitas Produk	.328	.085	.497

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.15 dapat disusun persamaan regresli linier berganda sebagai berikut”

$$Y = -0,963 + 0,286X_1 + 0,707X_2 + 0,328X_3 + e$$

Penjelasan persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan seperti dibawah ini:

- 1) Konstanta
Konstanta sebesar 0,963 menyatakan bahwa jika variabel independent dianggap konstan (0), maka rata-kepuasan konsumen adalah sebesar 0,963
- 2) Desain (X_1)
Hasil koefisien regresi adalah positif artinya desain mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada

⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 114.

peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,286, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

3) Harga (X₂)

Hasil koefisien regresi adalah positif artinya harga mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,707, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

4) Harga (X₃)

Hasil koefisien regresi adalah positif artinya kualitas produk mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,328, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

4. Uji Hipotesis

a) Uji t

Hasil pengujian uji t dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.963	.825		1.168	.246		
	Desain	.286	.212	.297	2.347	.011	.948	2.842
	Harga	.707	.194	.704	3.642	.000	.862	1.055
	Kualitas Produk	.328	.085	.497	3.860	.000	.840	1.137

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah, 2020

1) Pengaruh Desain Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,347 dan t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,011 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara desain terhadap kepuasan konsumen, sehingga H_1 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin baik desain akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,642 dan t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga desain terhadap kepuasan konsumen, sehingga H_2 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin tinggi harga akan menimbulkan kepuasan yang didasarkan atas hasil produk yang bagus.

3) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,860 dan t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, sehingga H_3 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin tinggi kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen

b) Uji F

Hasil pengujian uji F dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.17
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.663	3	196.554	112.627	.000 ^b
	Residual	146.670	92	1.594		
	Total	685.333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Desain

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 112,627 dan F_{tabel} sebesar 2,76 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara desain, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan, sehingga. H_4 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya desain, harga dan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen

c) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (kualitas harga, saluran distribusi, harga) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (keputusan pembelian)..⁷.

Hasil koefisien determinasi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 83.

Tabel 4.18
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887 ^a	.786	.796	1.26263	1.473

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Desain

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,796 atau 77,9%, artinya variasi besarnya kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh desain, harga dan kualitas produk sedangkan sisanya 22,1%% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Desain Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,347 dan t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,011 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara desain terhadap kepuasan konsumen, sehingga H_1 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin baik desain akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Sumawardani, Pmaria M Minarsih, M Mukeri Warso, 2016 menunjukkan bahwa desain berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan⁸. Desain produk adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik

⁸Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 2. (Jakarta: Erlangga, 2009), 10.

perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik.

Desain produk yang didasarkan oleh Mandiri Furniture kepada kebutuhan produk, pada pribadi masing-masing. Jadi walaupun konsumen tidak menyukai produk tersebut, namun belum tentu orang lain juga tidak menyukai produk tersebut. Pada kasus ini, pembeli di Mandiri Furniture menyukai desain furniture yang ditawarkan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,642 dan t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga desain terhadap kepuasan konsumen, sehingga. H_2 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin tinggi harga akan menimbulkan kepuasan yang didasarkan atas hasil produk yang bagus. Sejalan dengan penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 menunjukkan variabel harga, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Sumawardani, Pmaria M Minarsih, M Mukeri Warso, 2016 menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor penting bagi konsumen sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa.⁹ Menurut Philip Kotler dan A.B Susanto, harga merupakan satusatunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya.

Dalam hal ini harga penjualan yang diterapkan oleh Mandiri Furniture disesuaikan dengan kualitas produknya serta tergolong harga yang murah dibandingkan dengan pesaing. Hal ini dapat dilihat bahwa konsumen

⁹ Indah Dwi Kurniasih, *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*, *Jurnal Administrasi Bisnis* I, No. 1 (2012): 43.

dalam menawar barang di Mandiri Furniture mayoritas terjadi kesepakatan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,860 dan t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara harga kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, sehingga. H_3 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin tinggi kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen Hal yang sama dilakukan oleh penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Selanjutnya pada penelitian Analia Lumban Gaol Kadarisman Hidayat Sunarti, 2016 menunjukkan bahwa: variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan Konsumen. Selanjutnya penelitian Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini, Rini Nugraheni, Mustofa Kamal, 2007 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Panzy Syaparilwadi, Aditya Wardhana, 2015 menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Mandiri Furniture selalu mengkedepankan kualitas produk yang *up to date*, adapun produk-produk yang dihasilkan atau dijual memiliki kualitas yang sangat bagus dibandingkan dengan kualitas produk dari pesaing.

4. Pengaruh Desain, Harga, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 112,627 dan F_{tabel} sebesar 2,76 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh antara desain, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara

simultan, sehingga. H_4 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya desain, harga dan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 menunjukkan variabel harga, desain dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian Sumawardani, Pmaria M Minarsih, M Mukeri Warso, 2016 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, desain dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini, Rini Nugraheni, Mustofa Kamal, 2007 menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai pengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam hal ini desain, harga dan kualitas produk Mandiri Furniture disesuaikan dengan kualitas produknya serta tergolong harga yang murah dibandingkan dengan pesaing. Desain produk yang didasarkan oleh Mandiri Furniture kepada kebutuhan produk, pada pribadi masing-masing. Jadi walaupun konsumen tidak menyukai produk tersebut, namun belum tentu orang lain juga tidak menyukai produk tersebut. Pada kasus ini, pembeli di Mandiri Furniture menyukai desain furniture yang ditawarkan. Hal ini dapat dilihat bahwa konsumen dalam menawar barang di Mandiri Furniture mayoritas terjadi kesepakatan pembelian, selanjutnya mandiri furniture mengkedepankan dari sisi kualitas produk, adapun produk-produk yang dihasilkan atau dijual memiliki kualitas yang sangat bagus dibandingkan dengan kualitas produk dari pesaing.