

## BAB IV HASIL PENELITIAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

##### a. Profil Singkat Home Industri Batu Bata Merah Mubarrok

Nama Perusahaan : Bata Merah Mubarrok  
 Alamat : Jl. Raya Tayu-Puncel KM. 11  
 Telepon : 085363966637  
 Bidang/Jenis Usaha : Material Bangunan  
 Merk Dagang : *Home* Industri Mubarrok  
 Jumlah Karyawan : 62 orang

##### b. Sejarah Singkat Home Industri Mubarrok

Desa Dukuhseti merupakan desa yang ketaknua di ujung utara kabupaten Pati. Keadaan wilayahnya secara umum menjadi penentu kepribadian yang bermacam-macam sesuai dengan kebiasaan di wilayah tersebut. Masyarakat di Desa Dukuhseti kebanyakan bekerja sebagai karyawan pengrajin batu bata merah. Selain itu, di desa Dukuhseti tidak hanya terdapat industri batu bata merah. Akan tetapi, terdapat pula industri genteng.

Industri batu bata merah yang ada di kecamatan Dukuhseti masih menjadi primadona dalam pembuatan bangunan, meskipun di zaman sekarang ada bata putih atau herbel. Tetapi pemanfaatan batu bata merah tetap banyak disebabkan harga yang relatif murah dan bahan bakunya yang mudah didapat.

Salah satu usaha industri batu bata merah yang ada di kecamatan dukuhseti adalah *Home* Industri batu bata merah mubarrok. Usaha batu bata merah ini pertama kali didirikan oleh bapak Kasturi pada tahun 1985. Pada awalnya, bapak Kasturi ini memiliki lahan kosong yang tidak digunakan sama sekali. kemudian, munculah sebuah gagasan untuk memanfaatkan lahan kosong tersebut untuk membuat batu bata merah. Usaha batu bata merah yang telah dilakukan oleh bapak kasturi ini kemudian menarik para tetangga atau masyarakat untuk ikut serta memproduksi batu bata merah dengan syarat mengambil tanah liatnya dari lahan kosong tersebut dengan cara membeli. Akan tetapi, bagi mereka yang tidak sanggup membeli tanah liat dari bapak kasturi

mereka meminta pekerjaan pada bapak kasturi untuk ikut serta dalam pengolahan batu bata merah. Hal inilah yang menjadikan usaha *Home* industri batu bata merah mubarrok hingga sekarang.

c. **Visi Misi dan Tujuan Home Industri Mubarrok**

**Visi**

“Menjadi material bahan bangunan yang terjangkau dan berkualitas.”

**Misi**

- 1) Memproduksi bata merah secara baik, rapi dan keras dengan memenuhi standart proyek
- 2) Mengembangkan SDM dan Manajemen yang berkualitas kreatif terpercaya dan profesional
- 3) Berupaya untuk terus menerus mengembangkan jaringan pemasaran dengan mengedepankan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan

2. **Deskripsi Data Penelitian**

a. **Gambaran Umum Responden**

Ciri-ciri responden dijelaskan agar dapat menerangkan keadaan responden yang dapat menunjukkan informasi lebih supaya hasil penelitiannya bisa dipahami. Penelitian ini merupakan survei lapangan dengan menggunakan sistem yang mengumpulkan *Home* Industri batu bata merah mubarrok. Bersumber hasil survei terhadap 100 responden, hasil yang mencerminkan karakteristik responden melalui kuesioner:

1) Jenis Kelamin

Dari jenis kelamin yang ada dalam penelitian ini, dinyatakan sebagai responden dari konsumen Industri Batu Bata Merah Mubarrok sebagaimana yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.1 Hasil Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase %
	Laki-laki	86	86%
	Perempuan	14	14%
	Total	100	100%

*Sumber : Data yang diolah tahun 2022*

Dilihat dari tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa dalam kategori jenis kelamin responden yang ada di Industri Batu Bata Merah Mubarrok adalah 100 responden. Dalam dunia *property* maupun pembangunan mayoritas laki laki akan mengontrol

semua pekerjaan yang akan dilakukan oleh pegawai, seperti memilih bahan bangunan. Dengan demikian, kebanyakan pemesanan bata merah dilakukan oleh laki-laki sebanyak 86 konsumen dengan prosentase 86% dan perempuan sebanyak 14 konsumen dengan prosentase 14%. Prosentase laki-laki lebih besar karena sebagai kepala rumah tangga yang akan membangun tempat tinggal, sehingga membeli langsung material kebutuhan pembangunan rumah tinggal. Oleh karena itu, dalam pembelian di industri batu bata merah mubarrok kebanyakan dilakukan oleh laki-laki.

## 2) Usia

Ciri yang ada saat pengambilan sampel di Industri Batu Bata Merah Mubarrok terlihat banyaknya usia yang telah dewasa bahkan orang tua. Usia responden dalam penelitian ini dibagi dalam tiga kelompok, pertama usia yang diatas 25-35 tahun, kedua antara usia 36-49 tahun, dan yang terakhir yaitu usia diatas 50 tahun. Ciri-ciri usia konsumen di Industri Mubarrok yaitu:

**Tabel 4.2 Hasil Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Prosentase %
	25-35	55	55,0
	36-49	39	39,0
	>50	6	6,0
	Jumlah	100	100,0

*Sumber: Data Penelitian yang di olah tahun 2022*

Dilihat dari tabel 4.2 dapat diketahui dari jumlah usia yang dijadikan sebagai responden penelitian dari Industri Batu Bata Merah Mubarrok kebanyakan konsumen di atas usia 25-35 tahun dan jumlah yang diperoleh 55 orang dengan prosentase 55%. Alasan kenapa seseorang umur 25-35 tahun usia produktif dan berumah tangga yang membutuhkan tempat tinggal sebagai kebutuhn primer. sementara dengan konsumen yang berusia 36-49 yang berbeda 6% dan jumlah yang diperoleh 39 orang dengan prosentase 39% yang lainnya yaitu umur diatas 50 tahun dengan hasil 6 orang dengan prosentase 6%. Pembelian batu bata kelompok usia ini untuk renovasi rumah.

**b. Frekuensi Variabel**

Dari berbagai tanggapan yang telah dihasilkan dari 100 responden yang dianggap sebagai konsumen Industri batu bata merah Mubarrok mengenai pengaruh desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, yaitu:

**1) Desain Produk (X1):**

Hasil jawaban responden mengenai variabel desain produk yang diberikan kepada 100 konsumen di Industri batu bata merah Mubarrok

**Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Variabel Desain Produk**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>
Desain produk yang ditawarkan batu bata merah Mubarrok memiliki berbagai pilihan desain.	11	11 %	36	36%	30	30%	17	17 %	6	6%
Desain produk pada batu bata merah Mubarrok memiliki ukuran dan bentuk yang mengikuti perkembangan struktur bangunan.	12	12 %	47	47%	24	24%	14	14 %	4	4%
Desain Produk pada Home Industri Mubarrok mengikuti perkembangan zaman	14	14%	39	39%	29	29%	14	14 %	4	4%

dengan menyesuaikan ukuran dengan bata ringan, serta ukuran pada rangka kusen kusen kayu.										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

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

- a) Desain produk yang ditawarkan batu bata merah Mubarrok memiliki berbagai pilihan desain dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel desain produk ada 11 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (11%) setuju sebanyak 36 dengan prosentase (36%) netral sebanyak 30 dengan perolehan prosentase (30%) tidak setuju sebanyak 17 dengan prosentase (17%) serta sangat tidak setuju 6 dengan perolehan prosentase (6%).
- b) Desain produk pada batu bata merah Mubarrok memiliki ukuran dan bentuk yang mengikuti perkembangan struktur bangunan. dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel desain produk ada 12 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (12%) setuju sebanyak 47 dengan prosentase (47%) netral sebanyak 24 dengan prosentase (24%) tidak setuju sebanyak 14 dengan prosentase (14%) dan sangat tidak setuju sebanyak 3 dengan prosentase (3%) .
- c) Desain produk pada batu bata merah mubarrok memiliki ukuran, bentuk dan warna yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel desain produk ada 14 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (14%) setuju sebanyak 39 dengan perolehan prosentase (39%) netral sebanyak 29 dengan prosentase (29%) tidak setuju sebanyak 14 dengan prosentase (14%)

dan sangat tidak setuju sebanyak 4 dengan prosentase (4%).

**2) Kualitas Produk(X2)**

Hasil jawaban responden mengenai variabel saluran distribusi yang diberikan kepada 100 konsumen di Industri batu bata merah Mubarrok yaitu:

**Tabel 4.4 Hasil Frekuensi Variabel Kualitas Produk**

Pernyataan	S	%	S	%	C	%	T S	%	ST S	%
Kualitas Produk yang di sediakan batu bata merah Mubarrok memiliki bentuk fisik yang kuat dan keras.	19	19%	38	38%	26	26%	13	13%	4	4%
Batu bata merah Mubarrok memiliki bahan baku yang berkualitas sehingga menghasilkan kualitas produk yang baik.	16	16%	44	44%	28	28%	9	9%	3	3%
Pelanggan yang sudah membeli batu bata merah mubarrok berkesan memiliki kualitas yang baik.	14	14%	39	39%	29	29%	14	14%	4	4%

Kualitas produk yang dihasilkan batu bata merah Mubarrok memiliki ketahanan produk yang bagus dan tahan lama .	18	18%	41	41%	31	31%	10	10%	0	0%
Kualitas produk batu bata merah mubarrok memiliki desain yang rapi dan halus.	16	16%	48	48%	27	27%	7	7%	2	2%

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dari hasil tabel 4.4 dapat dipahami terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel harga mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Kualitas Produk yang di sediakan batu bata merah Mubarrok memiliki bentuk fisik yang kuat dan keras, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk 19 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (19%) setuju sebanyak 38 dengan prosentase (38%) netral sebanyak 26 dengan perolehan prosentase (26%) tidak setuju sebanyak 9 dengan perolehan prosentase (9%) dan sangat tidak setuju sebanyak 3 dengan prosentase (3%).
- b) Batu bata merah Mubarrok memiliki bahan baku yang berkualitas sehinggann menghasilkan kualitas produk yang baik.dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 16 mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (16%) setuju sebanyak 44 dengan prosentase (44%) netral sebanyak 28 dengan perolehan prosentase (28%)

tidak setuju sebanyak 9 dengan prosentase (9%) dan sangat tidak setuju 3 dengan prosentase (3%).

- c) Pelanggan yang sudah membeli batu bata merah mubarak berkesan memiliki kualitas yang baik, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 14 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (14%) setuju sebanyak 39 dengan prosentase (39%) Netral sebanyak 29 dengan perolehan prosentase (29%) tidak setuju 14 dengan prosentase (14%) dan sangat tidak setuju sebanyak 4 dengan prosentase (4%)..
- d) Kualitas produk yang dihasilkan batu bata merah Mubarak memiliki ketahanan produk yang bagus dan tahan lama, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 18 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (18%) setuju sebanyak 41 dengan prosentase (41%) netral 31 dengan prosentase (31%) tidak setuju sebanyak 10 dengan prosentase (10%) dan sangat tidak setuju 0 dengan prosentase (0%).
- e) Kualitas produk batu bata merah mubarak memiliki desain yang rapi dan halus. dari responden yang ada dapat dilihat pada tabel kualitas produk ada 16 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (16%) setuju sebanyak 48 dengan perolehan prosentase (48%) netral sebanyak 27 dengan prosentase (27%) tidak setuju sebanyak 7 dengan prosentase (7%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 dengan prosentase (2%).

### 3. Kualitas Pelayanan (X3)

Hasil jawaban responden mengenai Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada 100 konsumen di Industri batu bata merah Mubarak , yaitu:

**Tabel 4.5 Hasil Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	S	%	S	%	N	%	T	%	ST	%
	S		S		N		T		ST	
Kualitas pelayanan yang diberikan oleh industri batu bata	21	21%	39	39%	29	29%	10	10%	1	1%



merah Mubarrok mampu mendapatkan kepercayaan konsumen.										
Kesiapam karyawan Industri batu bata merah mubarrok memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.	18	18 %	43	43 %	28	28 %	9	9%	2	2 %
Sikap karyawan industri batu bata merah Mubarrok ramah terhadap konsumen.	12	12 %	47	47 %	29	29 %	11	11 %	1	1 %
Industri batu bata merah Mubarrok memudahkan para konsumen dalam mencari informasi dan bernegosiasi .	18	18 %	42	42 %	29	29 %	10	10 %	1	1 %

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

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

- a) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh industri batu bata merah Mubarrok mampu mendapatkan kepercayaan konsumen, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas pelayanan ada 21 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (21%) setuju sebanyak 39 dengan prosentase (39%) netral sebanyak 29 dengan prosentase (29%) tidak setuju sebanyak 10 dengan prosentase (10%) sangat tidak setuju sebanyak 1 dengan prosentase (1%).
- b) Kesiapan karyawan Industri batu bata merah mubarrok memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas pelayanan ada 18 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (18%) setuju sebanyak 43 dengan prosentase (43%) netral sebanyak 28 dengan prosentase (28%) tidak setuju sebanyak 9 dengan prosentase (9%) dan sangat tidak setuju 2 dengan prosentase (2%).
- c) Sikap karyawan industri batu bata merah Mubarrok ramah terhadap konsumen, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas pelayanan ada 12 konsumen mengisi sangat setuju dengan prolehan prosentase (12%) setuju sebanyak 47 dengan perolehan prosentase (47%) Netral sebanyak 29 dengan prosentase (29%) tidak setuju sebanyak 11 dengan prosentase (11%) sangat tidak setuju sebanyak 1 dengan prosentase (1%).
- d) Industri batu bata merah mubarrok memudahkan para konsumen dalam bernegosiasi, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kualitas pelayanan ada 18 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (18%) setuju sebanyak 42 dengan prosentase (42%) netral sebanyak 29 dengan prosentase (29%) tidak setuju sebanyak 10 dengan prosentase (10%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 dengan prosentase (1%).
- e) **Harga (X4)**  
Hasil jawaban responden mengenai Harga yang diberikan kepada 100 konsumen di Home industri batu bata merah Mubarrok , yaitu:

**Tabel 4.6 Hasil Frekuensi Variabel Harga**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>STS</b>	<b>%</b>
Harga yang ditawarkan Industri batu bata merah Mubarrok sangat terjangkau.	11	11%	42	42%	26	26%	20	20%	1	1%
Harga yang ditawarkan industri batu bata merah mubarrok sesuai dengan kualitas produk.	8	8%	47	47%	23	23%	21	21%	1	1%
Harga yang ditawarkan industri batu bata merah mubarrok terjangkau di banding batu bata merah yang lain.	12	12%	39	39%	27	27%	17	17%	5	5%
Harga yang ditawarkan industri batu bata merah mubarrok sesuai dengan manfaat.	10	10%	48	48%	24	24%	16	16%	2	2%

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dari hasil tabel 4.6 dapat dipahami terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel harga mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Harga yang ditawarkan Industri batu bata merah Mubarak sangat terjangkau, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel harga ada 11 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (11%) setuju sebanyak 42 dengan prosentase (42%) netral sebanyak 26 dengan prosentase (26%) tidak setuju sebanyak 20 dengan prosentase (20%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 dengan prosentase (1%).
- b) Harga yang ditawarkan industri batu bata merah mubarak sesuai dengan kualitas produk. Dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel harga ada sebanyak 8 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (8%) setuju sebanyak 47 dengan prosentase (47%) netral sebanyak 23 dengan prosentase (23%) tidak setuju sebanyak 21 dengan prosentase (21%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 dengan prosentase (1%).
- c) Harga yang ditawarkan industri batu bata merah mubarak terjangkau di banding batu bata merah yang lain, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel harga ada 12 konsumen yang mengisi sangat setuju dengan prosentase (12%) setuju sebanyak 39 dengan prosentase (39%) Netral sebanyak 27 dengan prosentase (27%) tidak setuju sebanyak 17 dengan prosentase (17%) sangat tidak setuju sebanyak 5 dengan prosentase (5%).
- d) Harga yang ditawarkan industri batu bata merah mubarak sesuai dengan manfaat, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel harga ada 10 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (10%) setuju sebanyak 48 dengan prosentase (48%) netral sebanyak 24 dengan prosentase (24%) tidak setuju sebanyak 16 dengan prosentase (16%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 dengan prosentase (2%).

#### F) Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil jawaban responden mengenai variabel kepuasan konsumen yang diberikan kepada 100

konsumen di home industri batu bata merah Mubarrok yaitu:

**Tabel 4.7 Hasil Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen**

Pernyataan	S	%	S	%	C	%	T	%	ST	%
	S		S		C		T		ST	
	S		S		C		T		ST	
Konsumen batu bata merah Mubarrok melakukan pembelian ulang.	19	19%	38	38%	25	25%	13	13%	5	5%
Konsumen batu bata merah Mubarrok memberikan informasi kepada orang lain.	12	12%	43	43%	27	27%	17	17%	1	1%
Batu bata merah Mubarrok mempunyai citra merk yang baik dibanding pesaingnya.	14	14%	45	45%	29	29%	12	12%	0	0%
Konsumen batu bata merah Mubarrok merasa puas dengan pembelian.	18	18%	41	41%	29	29%	9	9%	3	3%

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dari hasil tabel 4.7 dapat dipahami terkait tanggapan responden terhadap kuesioner dari variabel volume penjualan mengenai penelitian ini. Data tersebut dapat dijabarkan yakni:

- a) Konsumen batu bata merah Mubarrok melakukan pembelian ulang, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kepuasan konsumen ada 19 konsumen mengisi sangat setuju dengan perolehan prosentase (19%) setuju sebanyak 38 dengan prosentase (38%)netral sebanyak 25 dengan prosentase (25%) tidak setuju sebanyak 13 dengan prosentase (13%) sangat tidak setuju sebanyak 5 dengan prosentase (5%).
- b) Konsumen batu bata merah Mubarrok memberikan informasi kepada orang lain, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kepuasan konsumen ada 12 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (12%) setuju sebanyak 43 dengan prosentase (43%) netral sebanyak 27 dengan prosentase (27%) tidak setuju sebanyak 17 dengan prosentase (17%) sangat tidak setuju 1 dengan prosentase (1%).
- c) Batu bata merah Mubarrok mempunyai citra merk dibanding pesaingnya, dari responden yang ada, dapat dilihat dari tabel kepuasan konsumen terdapat 14 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (14%) setuju sebanyak 45 dengan prosentase (45%) netral sebanyak 29 dengan prosentase (29%) tidak setuju sebanyak 12 dengan prosentase (12%)sangat tidak setuju sebanyak 0 dengan prosentase (0%).
- d) Konsumen batu bata merah Mubarrok merasa puas dengan pembelian, dari responden yang ada, dapat dilihat pada tabel kepuasan konsumen ada 18 konsumen mengisi sangat setuju dengan prosentase (18%) setuju sebanyak 41 dengan prosentase (41%)netral sebanyak 29 dengan prosentase (29%)tidak setuju sebanyak 9 dengan prosentase (9%) serta sangat tidak setuju sebanyak 3 dengan prosentase (3%).

### 3. Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dibuat untuk menghitung kebenaran pernyataan hasil kuesioner. Uji ini dapat dikatakan *valid* bilamana nilai dari  $r$  hitungnya lebih besar dari nilai  $r$  tabel nya, sebaliknya item tersebut tidak valid apabila

nilai dari  $r$  hitungnya dibawah nilai tabel  $r$  nya. Penelitian ini, dihasilkan  $r$  tabelnya yaitu 0,1966 dengan taraf signifikansinya sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil kelayakan dari penelitian ini dengan menggunakan program SPSS versi 24, yaitu:

### 1) Desain Produk (X1)

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Desain Produk**

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Desain Produk (X1)	X1.1	0,745	0,1966	Valid
	X1.2	0,790	0,1966	Valid
	X1.3	0,752	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.8 mengenai uji validitas harga dengan 3 item yang telah dinyatakan valid semua karena  $R$  hitung yang didapat lebih besar dari nilai  $R$  tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

### 2) Kualitas Produk (X2)

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi**

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,788	0,1966	Valid
	X2.2	0,739	0,1966	Valid
	X2.3	0,774	0,1966	Valid
	X2.4	0,820	0,1966	Valid
	X2.5	0,704	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.9 mengenai Kualitas Produk dengan 5 item yang telah dinyatakan valid semua karena  $R$  hitung yang didapat lebih besar dari nilai  $R$  tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

### 3) Kualitas Pelayanan (X3)

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,876	0,1966	Valid
	X3.2	0,919	0,1966	Valid
	X3.3	0,841	0,1966	Valid
	X3.4	0,921	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.10 mengenai uji validitas daya beli dengan 3 item yang telah dinyatakan valid semua karena R hitung yang didapat lebih besar dari nilai R tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

### 4) Harga (X4)

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Harga**

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,827	0,1966	Valid
	X3.2	0,765	0,1966	Valid
	X3.3	0,761	0,1966	Valid
	X3.4	0,791	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.11 mengenai uji validitas daya beli dengan 4 item yang telah dinyatakan valid semua karena R hitung yang didapat lebih besar dari nilai R tabel nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.



## 4) Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,731	0,1966	Valid
	Y2	0,720	0,1966	Valid
	Y3	0,703	0,1966	Valid
	Y4	0,779	0,1966	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.12 mengenai uji validitas keputusan pembelian dengan 4 item yang telah dinyatakan valid semua karena  $R_{hitung}$  yang didapat lebih besar dari nilai  $R_{tabel}$  nya. Maka dari itu, seluruh item tersebut dinyatakan valid.

## b. Uji Reliabilitas

Dalam menentukan dalam pengujian uji reliabilitas ini peneliti menggunakan program SPSS versi 24. Hasil yang dapat dikatakan reliabel apabila skor *alpha cronbunch* lebih besar dari (0,06). Uji reliabilitas memberikan hasil, yaitu:

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbanch Alpha	Skor Batas	Keterangan
Desain Produk (X1)	3	0,637	0,06	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	5	0,823	0,06	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	4	0,912	0,06	Reliabel
Harga (X4)	4	0,792	0,06	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	4	0,711	0,06	Reliabel

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dari hasil tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang diuji memiliki *alpha cronbunch* yang melebihi skor batas yang telah ditentukan 0,06.

Dengan demikian dari hasil ini, seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

**c. Uji Prasyarat**

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

**1) Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk memahami korelasi antar variabel independennya dimana bisa dipahami dengan memperhatikan nilai tolerance dan VIF. Ketika Nilai toleransi  $> 0,10$  menandakan adanya multikolinearitas dan ketika sebaliknya menandakan tidak adanya multikolinearitas. Kemudian ketika nilai VIF  $< 10,00$  menandakan tidak adanya multikolinearitas dan ketika sebaliknya menandakan adanya. Uji multikolinearitas memberikan hasil, yaitu:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
Desain Produk	0,752	1,330
Kualitas Produk	0,426	2,346
Kualitas Pelayanan	0,437	2,287
Harga	0,713	1,403

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

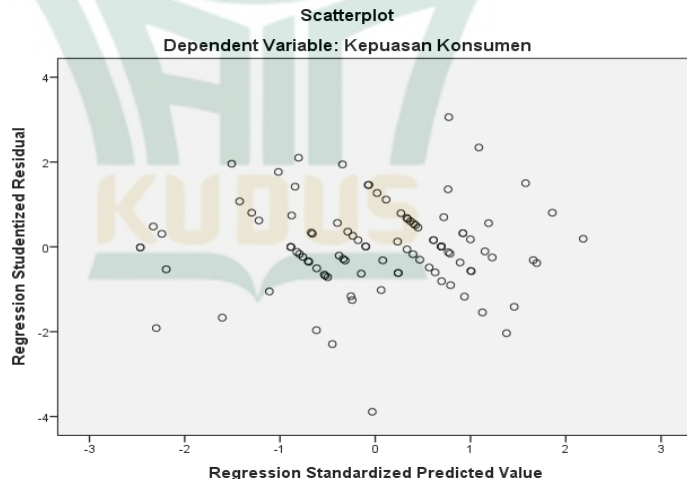
Dapat dilihat dari hasil tabel 4.14 bahwa hasil nilai toleransi variabel Desain Produk menunjukkan angka 0,752 ini berarti  $0,752 > 0,10$ , sedangkan untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan angka 0,426 ini berarti  $0,426 > 0,10$ , untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan angka 0,437 ini berarti  $0,437 > 0,10$ , dan untuk Variabel Harga menunjukkan angka 0,713 ini berarti  $0,713 > 0,10$ . Sementara hasil dari nilai VIF variabel Desain Produk memperoleh angka 1,330 ini berarti  $1,330 < 10,00$ , sedangkan untuk variabel Kualitas Produk memperoleh angka 2,346 ini berarti  $2,346 < 10,00$ , untuk variabel Kualitas Pelayanan memperoleh angka 2,287, ini berarti  $2,287 < 10,00$ . Dan untuk variabel harga

memperoleh angka 1,403, ini berarti  $1,403 < 10,00$ . Berdasarkan penjelasan tersebut dapat didapatkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai guna untuk mengetahui varians residual pada suatu periode pengamatan relatif terhadap periode pengamatan lainnya, ada dan tidaknya perbedaan. Amati ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu ada tidaknya heteroskedastisitas dengan mengamati hasil scatterplot antara ZPRED, skor prediksi variabel terkait, serta SRESID yang tersisa. Data tanpa gejala heteroskedastisitas merupakan data yang baik. Bila hasil scatterplot tidak memiliki pola yang jelas serta titik-titik tersebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka data tersebut tidak heterogen, serta hasil tes heteroskedastisitas, yaitu:

**Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

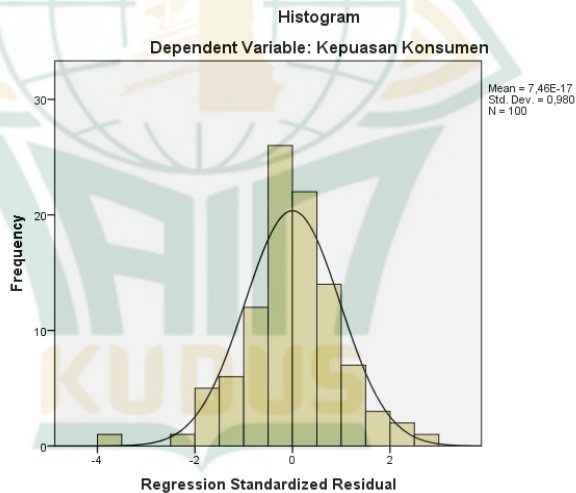
Dapat dilihat hasil dari gambar 4.1 menunjukkan titik-titik data terdistribusi di atas serta dibagian bawah bahkan disekitar angka 0 (nol) dan juga pola yang dihasilkan tidak teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bilamana tipe

regresi yang dinyatakan tidak menunjukkan gejala varians variabel, sehingga regresi layak dipakai guna menganalisis desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Industry batu bata merah Mubarrok.

### 3) Uji Normalitas

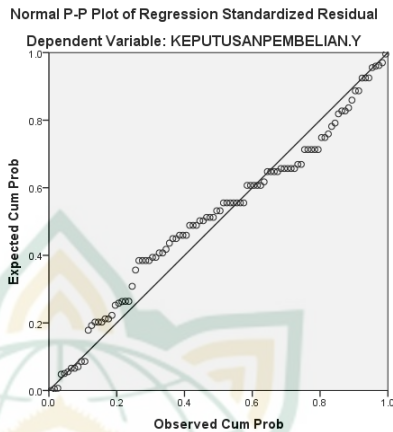
Melalui uji normalitas bisa diketahui kenormalan distribusi dalam data. Uji ini dijalankan dengan memperhatikan tabel *histrogram*, dan *normal probability plot*. Data dinyatakan normal saat menyebar sekeliling garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal ataupun grafik histogramnya. Pengujian normalitas menampilkan hasil seperti dibawah ini:

**Gambar 4.2 Grafik Histogram Normalitas**



Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dilihat dari gambar 4.2 tersebut, dapat diamati bahwa kurva “Desain produk, Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga pada Industri batu bata merah Mubarrok” memiliki kemiringan yang seimbang dan membentuk lonceng sempurna, maka desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga cenderung berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dari kurva normal P-Plot berikut:

**Gambar 4.3 Kurva P-Plot**

Pada gambar 4.3 tersebut, kita dapat melihat prinsip normalitas dengan mengamati penyebaran titik-titik pada sumbu diagonal dari grafik di atas. Titik-titik memanjang di sekitar garis serta diagonal Karena tipe survei ini berdistribusi normal, maka tipe regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ini dilakukan karena untuk menguji pada regresi linier apakah ditemukan korelasi antar kesalahan yang mengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Guna melihat atau ditemukan dan tidak suatu autokorelasi yaitu menggunakan pengujian runs test bilamana nilai asymp. Sig > 0,05 Hasil pengolahan ini menggunakan SPSS versi 24. Berikut ini adalah hasil dari pengujiannya, yaitu:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-,00374
Cases < Test Value	48
Cases >= Test Value	52
Total Cases	100
Number of Runs	57
Z	1,224

Asymp. Sig. (2-tailed)	,221
a. Median	

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.15 hasil dari uji autokorelasi menggunakan SPSS versi 24 mendapatkan skor Asymp. Sig. (2-tailed) 0,221. Dengan demikian, nilai asymp. Sig 0,221 > 0,05 bisa di artikan bahwa pada uji autokorelasi menggunakan runs test tidak terjadi autokorelasi.

**d. Uji Hipotesis**

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

**1) Analisis Regresi Linier Berganda**

Uji ini dimanfaatkan untuk menjawab rumusan permasalahan yang sudah diajukan. Regresi linier berganda juga dipakai buat mengetahui efek sebab desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama dengan persamaan regresi linier berganda. Tahap kepercayaan yang dipakai dalam analisis ini adalah 5%. Tipe yang memenuhi syarat asumsi klasik adalah tipe persamaan regresi yang baik. Data hasil penelitian diolah dan dilihat melalui program SPSS versi 24, yaitu:

**Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,045	,841		,054	,957
Desain Produk	,159	,069	,130	2,320	,023
Kualitas Produk	,229	,057	,296	3,982	,000
Kualitas Pelayanan	,408	,064	,469	6,379	,000
Harga	,183	,054	,196	3,414	,001

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari hasil pengujian tabel 4.16 yang ada, dapat diketahui dalam penelitian ini memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 0,045 + 0,159X_1 + 0,229X_2 + 0,408X_3 + 0,183X_4 + e$$

Adapun interpretasi dari tipe persamaan regresi linier berganda di atas seperti berikut ini:

- a) Skor konstanta sebesar 0,045 menyatakan bahwa apabila desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen berskor sebesar 0,045.
- b) Koefisien regresi dari Desain Produk (X1) berskor 0,159 Dengan kata lain, buat setiap desain produk yang di buat ada kenaikan sebesar 1%, kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,159. Sebaliknya, penurunan desain produk sebesar 1% mengurangi kepuasan konsumen sebesar 0,159.
- c) Koefisien regresi dari kualitas produk (X2) berskor 0,229, Dengan kata lain, buat setiap peningkatan kualitas produk ada kenaikan sebesar 1%, akan memberikan kepuasan konsumen sebesar 0,229. Sebaliknya, penurunan efikasi diri sebesar 1% mengurangi kepuasan konsumen sebesar 0,229.
- d) Koefisien regresi dari kualitas layanan (X3) berskor 0,408 yang berarti bahwa bila setiap pelayanan yang diberikan ada kenaikan sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,408. Sebaliknya, ketika pelayanan menurun sebesar 1%,kepuasan konsumen menurun sebesar 0,408.
- e) Koefisiem regresi harga (X4) berskor 0,183 yang berarti bahwa bila setiap harga yang diberikan ada kenaikan sebesar 1% maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,183. Sebaliknya, ketika harga menurun sebesar 1% kepuasan konsumen menurun 0,183.

## 2) Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) ini digunakan untuk mengetahui hasil dari uji t dapat diambil dasar keputusny yaitu

jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka tidak terjadi pengaruh. Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka terjadi pengaruh. Dalam mengetahui tabel  $t$  dapat dicari dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ .  $n$  adalah jumlah sampel,  $k$  jumlah variabel bebas. Dengan hasil (df)  $100-3-1 = 96$ , taraf signifikansi sebesar  $5\% = 0,05:2 = 0,025$  (tes uji dua sisi) yaitu 1,985. adapun hasil dari pengujiannya, yaitu:

**Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,045	,841		,054	,957
	Desain Produk	,159	,069	,130	2,320	,023
	Kualitas Produk	,229	,057	,296	3,982	,000
	Kualitas Pelayanan	,408	,064	,469	6,379	,000
	Harga	,183	,054	,196	3,414	,001

Sumber: Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.17 bila nilai  $t \text{ hitung} >$  dari  $t \text{ tabel}$  dan skor sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Begitu pula sebaliknya, bila skor sig.  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak serta  $H_0$  diterima dengan keterangan sebagai berikut:

- a) Desain produk terhadap kepuasan konsumen

Variabel desain produk menunjukkan nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,320 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,023 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel desain produk berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen batu bata merah Mubarrok.

- b) Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Kualitas produk menunjukkan nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,982 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen batu bata merah Mubarrok.



c) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen  
 Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $6,379 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen batu bata merah Mubarrok.

d) Harga terhadap kepuasan konsumen  
 Harga menunjukkan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $3,414 > 1,985$ ) dan nilai sig.  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berefek positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen batu bata merah Mubarrok.

**3) Uji Simultant (Uji F)**

Uji F (simultant) ini digunakan untuk mengetahui hasil dari uji F, maka dapat ditentukan dengan taraf keputusan jika signifikansi lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, (tidak berpengaruh), jika signifikansi dibawah 0,05 maka  $H_5$  diterima dan  $H_0$  ditolak (berpengaruh). hasil (df)  $100-3-1 = 96$ , dengan taraf signifikansinya 0,05 diperoleh tabel f nya sebesar 2,70. Dibawah adalah tabel dari hasil uji f:

**Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultant)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630,150	4	157,537	82,190	,000 <sup>b</sup>
	Residual	182,090	95	1,917		
	Total	812,240	99			

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 82,190 dengan nilai sig 0,000. Dengan hasil ini dapat dijelaskan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel dengan skor  $82,190 > 2,70$  serta skor sig  $0,000 < 0,05$ . Dengan ini dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak serta  $H_5$  diterima yang berarti bahwa variabel independen desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. secara simultan berefek signifikan terhadap kepuasan konsumen Industry batu bata merah Mubarrok

**4) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinan atau  $R^2$  bertujuan agar diketahui seberapa besar kontribusi efek variabel desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, secara simultan terhadap kepuasan konsumen industri batu bata merah Mubarrok. Dengan semakin besar kondisi  $R^2$  maka akan semakin besar pula persentase perubahan pada variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) dan sebaliknya. Berikut adalah hasil dari uji analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ):

**Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,881 <sup>a</sup>	,776	,766	1,384
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Desain Produk, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data Penelitian yang diolah tahun 2022

Melihat hasil tabel 4.19 pada pengujian koefisien determinasi pada Adjusted R Square mendapatkan hasil 0,766. Maka bisa dalam hal ini, besarnya pengaruh dari variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) harga (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 76,6%. Adapaun sisa dari hasil tersebut yaitu 24,4 % bisa dipengaruhi selain variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

**B. Pembahasan**

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

**1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Home Industri Batu Bata Merah Mubarrok Dalam Persepektif Islam**

Hasil hipotesis pertama yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 mendapatkan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien 0,159, kemudian

dilanjutkan dengan hasil uji T didapati nilai T hitung 2,320 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,23 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $2,320 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,23 yang berarti nilai ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki nilai koefisien desain produk yang positif. Dengan demikian bila desain produk (X1) mengalami kenaikan dalam satu kesatuan tertentu, maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,159. Hasil dari pengujian ini berarti desain produk sangat berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen *home* industri batu bata merah Mubarrok. Dengan demikian, *home* industri batu bata merah Mubarrok harus menjaga kualitas desain produk yang dianggap semua kalangan telah terbukti baik, apabila desain produk menampilkan gambaran atau desain yang baik maka konsumen akan menjadi loyal terhadap produk yang telah di produksi oleh *home* industri batu bata merah Mubarrok karena desain ini dapat dikatakan sebagai hal yang sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen.

Desain produk merupakan proses merancang suatu benda yang nantinya akan diproduksi dan diolah menjadi benda yang bernilai dan bermanfaat.<sup>1</sup> Dengan desain yang baik akan dapat menarik minat pembeli, meningkatkan performa produk, menekan biaya produksi dan memberikan nilai unggul pada produk dibandingkan dengan produk lain yang serupa. Dalam Islam memberikan keindahan pada desain produk merupakan kewajiban bagi perusahaan. Sebab keindahan adalah hal yang enak dipandang, baik, dan disukai oleh Allah. Selain keindahan, produk dibuat juga harus memperhatikan nilai manfaat dan daya tariknya. Sebagaimana dengan hadits yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan senang dengan keindahan. Dengan desain produk yang indah konsumen akan merasa puas setelah melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arini Isfahila, Feti Fatimah, dan Wahyu Eko S. dengan judul “Pengaruh Harga, Desain,

---

<sup>1</sup> Tengku Firlis Musfar, *Manajemen Produk dan Merek*, hal. 99.

Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Kosumen.”<sup>2</sup> Dalam penelitian ini desain produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik desain yang dipromosikan perusahaan kepada konsumen maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya jika desain yang dipromosikan oleh perusahaan buruk maka akan menurunkan kepuasan konsumen.

## 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Home* Industri Batu Bata Merah Mubarrak Dalam Persepektif Islam

Hasil hipotesis kedua yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien 0,229, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapat nilai T hitung 3,982 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,00 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $3,982 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,00 yang berarti skor ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki skor koefisien kualitas produk yang positif, . Dengan demikian apabila kualitas produk (X2) mengalami kenaikan dalam satu kesatuan tertentu, maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,229. Hasil dari pengujian ini berarti kualitas produk sangat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen *Home* industri batu bata merah Mubarrak.

Kualitas produk ialah ciri khas dan fitur produk yang mempunyai kecakapan dalam memberikan kepuasan dalam diri konsumen. Kualitas produk harus mempunyai daya tarik yang berupa spesifikasi, teknik dalam pembuatan, bahan baku, dan keahlian dalam pembuatannya.<sup>3</sup> Sedangkan dalam pandangan agama Islam produk yang berkualitas ialah produk yang terdapat manfaat di dalamnya atau memunculkan kebaikan bagi konsumen di mana kebaikan ini dapat berbentuk spiritual, material, ataupun moral. Dalam Alquran Surat Al Mulk ayat 2 menjelaskan bahwa Yang menciptakan mati dan hidup untuk menguji kita semua, siapa

---

<sup>2</sup> Isfahila dkk, “Pengaruh Harga, Desain, serta Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.” *JSMB* (Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia)”, hal. 211-227.

<sup>3</sup> Ely Arinawati dan Badrus Suryadi, *Penataan Produk*, Hal 47- 48.

di antara kita yang lebih baik amalnya adalah Allah, Dia Yang Maha Perkasa lagi Maha Pengampun. Berdasarkan ayat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kita sebagai produsen hendaknya menghasilkan produk dengan kualitas sebaik mungkin dan dapat bermanfaat. Apabila dengan hal itu dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka Allah yang akan mencatatnya sebagai amalan baik.

Penelitian ini telah membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Apabila konsumen sudah merasa puas maka ia akan menjadi konsumen yang loyal dan menjadi pelanggan setia di *home* industri batu bata merah Mubarrok ini. Dengan demikian batu bata merah Mubarrok harus menjaga kualitas produk seperti, harus menggunakan bahan baku tanah yang berkualitas melakukan pembakaran yang matang rata, mencampurkan bahan bahan dalam pembakaran yang dapat menjadikan batu bata merah dan keras, keserasian dalam cetakan juga sangat diperhatikan supaya mendapatkan hasil batu bata merah yang rapi guna mempermudah dalam proses pemasangan.

Penelitian ini menunjukkan hasil yang mendukung penelitian Imron dengan judul “Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang”.<sup>4</sup> Terdapat hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam artian harus selalu meningkatkan kualitas produk agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sebaliknya jika kualitas produk menurun maka akan membuat tingkat kepuasan konsumen menurun.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Home* Industri Batu Bata Merah Mubarrok Dalam Persepektif Islam**

Hasil hipotesis ketiga yang telah diuji dengan menggunakan SPSS versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien 0,408, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapat nilai T hitung 6,379 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,00 dibawah 5%

---

<sup>4</sup> Imron Imron, “Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang”, *Indonesian Journal on Software engineering*, hal. 19-28.

(0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $6,379 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,00 yang berarti nilai ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki nilai koefisien kualitas pelayanan yang positif. Dengan demikian bila kualitas pelayanan (X3) naik sebesar satu kesatuan tertentu, maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,408. Hasil dari pengujian yang didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Home* industri batu bata merah Mubarrok.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu ukuran seberapa bagusnya sebuah tingkat layanan yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen.<sup>5</sup> Di sisi lain pelayanan merupakan dimensi dari muamalah yang mempunyai kedudukan penting dalam Islam. Islam memandang kualitas pelayanan tidak hanya sebatas pelayanan yang baik untuk memenuhi kepuasan konsumen, tetapi juga harus memberikan perhatian pada nilai manfaat suatu produk terhadap konsumen. Sebagaimana Surat Al Baqarah ayat 267 yang artinya *“Hai orang-orang yang beriman, Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk lalu kamu nfkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.* Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas dengan memberikan yang baik dan bukan yang buruk. Pemilik perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk membuat konsumen menjadi loyal dan setia membeli produk di tempat kita. Dengan demikian kemampuan dalam memberikan pelayanan yang ramah dan baik terhadap pembeli dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Wirdayanti Wahab dengan judul

---

<sup>5</sup> Kelvin dkk, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Jaya Mandiri Bangunan", *Jurnal Ilmiah MEA*, hal. 5.

“Membangun Kepuasan Konsumen Property Melalui Harga bersaing dan Kualitas Pelayanan Pada Perumahan PT. Atlantik Perkasa Abadi Pekanbaru”.<sup>6</sup> Terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diterapkan oleh *home* industri Mubarrok baik dan ramah maka akan membuat kepuasan konsumen menjadi loyal terhadap *Home* industri mubarrok, akan tetapi jika pelayanan yang diberikan oleh *Home* industri batu bata merah mubarrok buruk maka akan mengurangi nilai kepuasan konsumen.

#### 4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Home* Industri Batu Bata Merah Mubarrok Dalam Prespektif Islam

Hasil hipotesis keempat yang telah dilakukan dengan SPSS versi 24 dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien 0,183, kemudian dilanjutkan dengan hasil uji T didapat nilai T hitung 3,414 dengan T tabel yang dihasilkan 1,985 dan nilai sig 0,01 dibawah 5% (0,05). Sehingga hasil ini bisa dikatakan bahwa hasil dari uji T hitung lebih besar dari nilai tabel ( $3,414 > 1,985$ ) serta taraf signifikan yang dihasilkan 0,04 yang berarti nilai ini kurang dari 5% (0,05) dan dari hasil tersebut memiliki nilai koefisien harga yang positif. Dengan demikian bila harga ( $X_4$ ) naik sebesar satu kesatuan tertentu, maka akan menaikkan keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,183. Hasil dari pengujian ini berarti harga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen batu bata merah Mubarrok. *Home* industri batu bata merah Mubarrok harus menjaga harga yang dianggap semua kalangan telah terjangkau, apabila harga terjangkau untuk semua kalangan, konsumen Mubarrok akan menjadi puas terhadap produk yang telah dikeluarkan karena harga ini dapat dikatakan sebagai hal yang sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen.

Secara istilah harga ialah uang yang memiliki fungsi menjadi instrumen dalam mendapatkan produk. Pattinasarany memaknai harga dengan jumlah uang atau hal lainnya yang memberikan nilai guna dan bisa dipergunakan untuk

---

<sup>6</sup> Wirdayani Wahab, “Membangun Kepuasan Konsumen Property Melalui Harga Bersaing dan Kualitas Pelayanan pada Perumahan PT. Atlantik Perkasa Abadi Pekanbaru”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, hal. 135-142.

memperoleh suatu produk.<sup>7</sup> Islam sangat memperhatikan mengenai keseimbangan harga, khususnya peran negara dalam menstabilkan harga. Islam menjamin kebebasan pasar yaitu kebebasan dalam penentuan harga dan beragam cara produksinya tidak diperkenankan adanya gangguan sehingga dapat menyebabkan hilangnya keseimbangan tersebut.<sup>8</sup> Dalam konsep Islam penentuan permintaan dan penawaran harga harus terjadi secara rela sama rela antara penjual dengan pembeli. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Alquran Surat An Nisa' ayat 29 yang artinya "*Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dalam perdagangan yang di lakukan atas dasar suka sama suka di antara kamu*". Dengan begitu *Home* industri batu bata merah Mubarrok harus bisa menjaga keseimbangan harga dengan tetap menjaga kualitas produk batu bata merah agar menarik minat konsumen untuk membeli dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang telah membeli batu bata merah di *Home* industri Mubarrok.

Hasil penelitian ini dapat menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Nabila Mariska Iskandarsyah dan Sorayanti Utami, dengan judul "Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Murah di Hadrah Property".<sup>9</sup> Terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila harga yang diberikan oleh *home* industri Mubarrok dapat dijangkau oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula jumlah penjualan dengan nilai kepuasan konsumen tinggi, akan tetapi jika harga dinilai tinggi maka akan menurunkan kepuasan konsumen.

---

<sup>7</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), hal. 109.

<sup>8</sup> Supriadi Muslimin Dkk., "Konsep Penetapan Harga dalam Persepektif Islam," *Journal of Islamic Economics*, Vol. 2, No. 2, 2020, hal. 6.

<sup>9</sup> Nabila Mariska Iskandarsyah dan Sorayanti Utami, "Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Murah di Hadrah Property", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, hal. 129-141.