

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil pembahasan menjelaskan tentang hasil data yang telah di kumpulkan oleh penulis. Dalam penelitian ini pengumpulan data memiliki 50 Responden dari PT. Semangat Sejahtera Bersama Surabaya.

5.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden didalam penelitian ini dapat di lihat berdasarkan jenis kelamin, umur dan pendidikan dari responden yang diperoleh dari hasil kuisisioner PT. Semangat Sejahtera Bersama Surabaya. Metode pengumpulan data yang di dapat dari kuisisioner ini di sebarakan langsung kepada konsumen PT. Semangat Sejahtera Bersama Surabaya. jumlah sampel responden kuisisioner yang didapat sebanyak 50 orang dalam jangka waktu 5 hari. Berikut ini Karakteristik Responden yang di lihat dari Jenis kelamin, umur dan pendidikan adalah :

1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin

TABEL 5.1
Responden Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	24	48%
Perempuan	26	52%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer Diolah (Lampiran 1)

Dari tabel 5.1 di atas, dapat di ketahui bahwa jenis kelamin responden yang menjadi mayoritas subyeknya penelitian ini untuk jenis kelamin adalah Perempuan.

2. Karakteristik Responden Umur

TABEL 5.2
Responden tabel Umur

Umur Responden	Jumlah	Presentase
20-30	0	0%
31-45	30	60%
46-60	20	40%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer Diolah (Lampiran 1)

Dari hasil tabel 5.2 di atas, dapat di simpulkan bahwa 50 dari para responden yang menjadi mayoritas subyek penelitian berasal dari kalangan yang berusia 31-45 tahun sebanyak 30 Responden.

TABEL 5.3
Responden Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	0	0%
SMA	28	56%
Sarjana (S1)	22	44%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data Primer Diolah (Lampiran 1)

Dari tabel 5.3 tersebut di atas, dapat di simpulkan bahwa pendidikan para responden, SMA sebanyak 28 orang dan Sarjana sebanyak 22 orang. Jadi dapat di simpulkan bahwa responden dengan pendidikan SMA lebih dominan dari pada pendidikan yang lainnya.

3. Distribusi Frekuensi Peneliti

a. Variabel kualitas Pelayanan

Tabel 5.4
Kualitas Pelayanan

Pernyataan	STDKS	TDKS	RG	STJ	SSTJ	Jumlah
X1.1	0	0	2	25	23	50
X1.2	0	0	2	22	26	50
X1.3	0	0	3	24	23	50
X1.4	0	1	5	24	20	50
X1.5	0	0	5	23	22	50
X1.6	0	1	10	28	11	50
X1.7	0	0	7	26	17	50
X1.8	0	0	4	29	17	50
X1.9	0	0	0	25	25	50
X1.10	0	0	0	29	21	50
Jumlah %	0	2%	3%	25%	20%	50%

Variabel Kualitas Pelayanan(X1) pada penelitian ini diukur melalui 10 pertanyaan yang disebarkan sebanyak 50 responden. Hasil kuisisioner ini menunjukkan bahwa pada variabel

kualitas pelayanan mayoritas responden menjawab "setuju" sebesar 25%. Dan pertanyaan yang paling berpengaruh adalah pertanyaan nomer 8 dan nomer 10.

b. Variabel Harga

Tabel 5.5
Frekuensi Harga

Pernyataan	STDKS	TDKS	RG	STJ	SSTJ	Jumlah
X2.1	0	1	2	23	24	50
X2.2	0	0	0	30	20	50
X2.3	0	0	5	22	23	50
X2.4	0	0	2	29	19	50
X2.5	0	0	2	20	28	50
X2.6	0	0	3	31	16	50
X2.7	0	0	2	28	20	50
X2.8	0	0	3	26	17	50
Jumlah	0%	1%	2%	26%	21%	50%

Variabel Harga(X2) pada penelitian tabel diatas dapat diukur melalui 8 pertanyaan yang disebarkan sebanyak 50 responden. Hasil tanggapan dari kuisisioner Harga menunjukkan bahwa pada variabel Harga responden banyak yang menjawab "setuju" sebesar 26%. Dan pertanyaan yang paling berpengaruh adalah pertanyaan no. 6, hal ini dapat dilihat dengan mayoritas responden sebanyak 31 menjawab setuju.

c. Variabel Kualitas Produk

Tabel 5.6
Kualitas Produk

Pernyataan	STDKS	TDKS	RG	STJ	SSTJ	Jumlah(%)
X3.1	0	0	0	20	30	50
X3.2	0	0	0	27	23	50
X3.3	0	0	3	28	19	50
X3.4	0	0	1	29	20	50
X3.5	0	0	2	26	22	50
X3.6	0	0	1	27	22	50
X3.7	0	0	1	31	18	50
X3.8	0	0	0	34	16	50
Jumlah	0%	0%	1%	28%	21%	50%

Variabel Kualitas Produk(X3) pada penelitian ini diukur melalui 8 pernyataan yang disebarkan sebanyak 50 responden. Hasil tanggapan terhadap kualitas produk yang ditawarkan menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk banyaknya responden yang menjawab "setuju" sebesar 28%. Dan pertanyaan yang paling berpengaruh adalah pertanyaan no. 8, hal ini dapat dilihat dengan mayoritas responden pada pertanyaan no.8 yang menjawab "setuju" sebesar 34 konsumen.

d. Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 5.7
Kepuasan Konsumen

Pernyataan	STDKS	TSTJ	RG	STJ	SSTJ	Jumlah
Y1	0	0	1	23	26	50
Y2	0	0	1	27	22	50
Y3	0	0	2	24	24	50
Y4	0	0	3	22	25	50
Y5	0	0	2	28	20	50
Y6	0	0	2	28	20	50
Y7	0	0	0	28	22	50
Y8	0	0	3	29	18	50
Y9	0	0	0	26	24	50
Y10	0	0	0	25	25	50
Jumlah	0	0	1%	26%	23%	50

Variabel Kepuasan Konsumen(Y) dari tabel penelitian diatas diukur dengan menggunakan 10 pertanyaan yang disebarkan ke 50 responden. Hasil jawaban terhadap kusioner Kepuasan Pelanggan yang dijelaskan pada tabel 5.8 adalah pada variabel Kepuasan Konsumen rata-rata responden menjawab "setuju" sebesar 26%. Dan pertanyaan yang paling banyak menjawab setuju adalah pertanyaan nomer 8, hal ini dapat dilihat dengan rata-rata responden pada pertanyaan nomer 8 yang menjawab "setuju" sebesar 29 konsumen.

5.2 Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2011:121) Uji Validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Untuk mencari nilai validitas di sebuah item mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Uji validitas di lakukan sebanyak 50 respoden, fungsinya adalah untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan yang ada di kuesioner dapat mewakili dengan jawaban yang diberikan responden. Hasil kuisioner dapat dikatakan valid jika koefisien korelasi memiliki nilai signifikannya sebesar $<0,05$. Jika hasil dari indikator variabel telah dinyatakan valid maka dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian. Berikut adalah hasil dari uji vaiditas :

Tabel 5.8
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Indicator Variabel	Person Corelation	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,505	0,000	Valid
	X1.2	0,450	0,001	Valid
	X1.3	0,689	0,000	Valid
	X1.4	0,649	0,000	Valid
	X1.5	0,594	0,000	Valid
	X1.6	0,400	0,004	Valid
	X1.7	0,345	0,014	Valid

	X1.8	0,364	0,009	Valid
	X1.9	0,411	0,003	Valid
	X1.10	0,692	0,000	Valid

Tabel 5.9
Uji Validitas Harga

Variabel	Indikator Variabel	Person Corelation	Sig	Keterangan
Harga (X2)	X2.1	0,646	0,000	Valid
	X2.2	0,574	0,000	Valid
	X2.3	0,721	0,000	Valid
	X2.4	0,621	0,000	Valid
	X2.5	0,463	0,001	Valid
	X2.6	0,600	0,000	Valid
	X2.7	0,680	0,000	Valid
	X2.8	0,727	0,000	Valid

Tabel 5.10
Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Indikator Variabel	Person Corelation	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,731	0,000	Valid
	X3.2	0,799	0,000	Valid
	X3.3	0,642	0,000	Valid
	X3.4	0,623	0,000	Valid
	X3.5	0,686	0,000	Valid
	X3.6	0,661	0,000	Valid
	X3.7	0,642	0,000	Valid
	X3.8	0,696	0,000	Valid

Tabel 5.11
Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator Variabel	Person Corelation	Sig	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,601	0,000	Valid
	Y2	0,642	0,000	Valid
	Y3	0,607	0,000	Valid
	Y4	0,562	0,000	Valid
	Y5	0,493	0,000	Valid
	Y6	0,474	0,001	Valid
	Y7	0,622	0,000	Valid

Y8	0,544	0,000	Valid
Y9	0,713	0,000	Valid
Y10	0,635	0,000	Valid

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono 2011 : 121).

Uji Reliabilitas berfungsi untuk mengukur kuesioner dari setiap indikator variabel. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan uji statistik. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan konsisten atau tetap dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan program SPSS sebagai berikut :

Tabel 5.12
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,707	Reliabel
Harga	0,755	Reliabel
Kualitas Produk	0,768	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,746	Reliabel

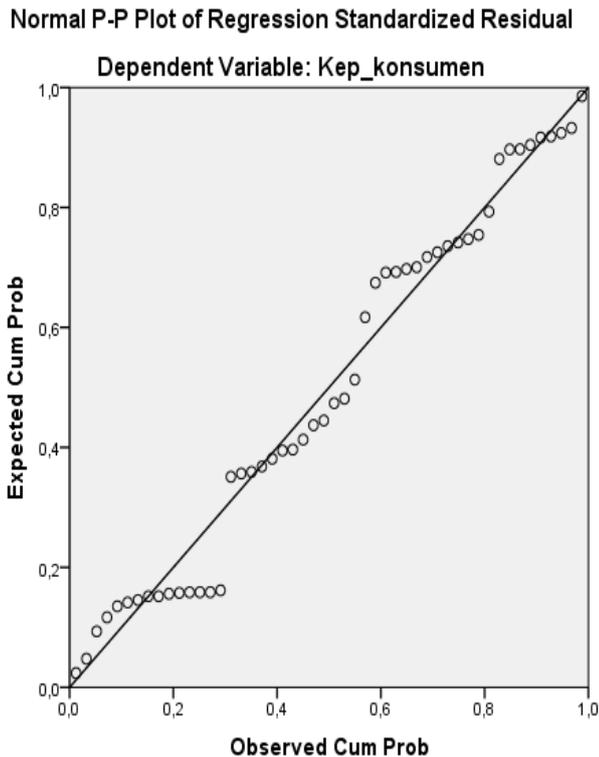
Sumber : dari kuesioner yang di olah menggunakan SPSS

Dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa taraf $\alpha = 0,05$ variabel kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Kualitas Produk(X3), dan Kepuasan Pelanggan(Y) dapat dinyatakan reliabel apabila nilai $\alpha > r$ tabel..

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian statistik yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang dipergunakan dalam penelitian telah terdistribusi secara normal. Data dapat dikatakan normal apabila hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai $> 0,05$, sedangkan apabila hasil pengujian menunjukkan nilai $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa data yang digunakan tidak terdistribusi secara normal. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Grafik 5.1
Uji Normalitas P-P Plot Of Regression Standardized Residua



- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan grafik normal P-P Plot dapat disimpulkan bahwa grafik normal P-P Plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas yang lain dianggap tidak berubah atau tetap (Critiporibus).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda dapat diuji dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut

Tabel 5.13
Koefisien Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-,774	3,206		-,241	,810
	pelayanan	,965	,058	,924	16,662	,000
	Harga	,009	,029	,017	,318	,752
	Kualitas	,036	,062	,032	,575	,568

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari tabel di atas, di peroleh model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,774 + 0,965 X_1 + 0,009 X_2 + 0,036 X_3$$

Persamaan Regresi Linier berganda di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Nilai a sebesar -0,774 menunjukkan nilai besarnya konstanta, artinya jika Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen akan sebesar -0,774.
2. Nilai b1 sebesar 0,965 menunjukan bahwa Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,965 (X1) Jika kualitas layanan dinaikan dan turun kepuasan konsumen akan turun sebesar 0,965. Jika kualitas layanan diturunkan sebesar satu satuan, ceteris paribus. Nilai b2 sebesar 0,009 yang artinya adalah koefisien regresi harga (X2). Dapat disimpulkan bahwa nilai kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,009 jika nilai harga (X2) naik sebesar satu satuan apabila faktor yang lain tetap.
3. Nilai b3 sebesar 0,036 yang artinya adalah nilai koefisien kualitas produk (X3). Dapat disimpulkan bahwa nilai kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,036 apabila nilai kualitas produk (X3) naik sebesar satu satuan dan variabel yang lain tidak berubah.

5.3 Pengujian Hipotesis

a. Uji Model Regresi (F)

Menurut Malhotra (2010), Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Selain itu, dengan uji f ini diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Kriteria Uji F adalah sebagai berikut

1. Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	447,006	3	149,002	98,656	,000 ^b
Residual	69,474	46	1,510		
Total	516,480	49			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), kualitas, harga, pelayanan

Dari tabel anova diatas diketahui nilai F hitung sebesar 98,658 dan sig 0,000, hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen. Jadi hipotesis di duga ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Semangat Sejahtera Bersama Surabaya.

b. Analisis R Square (Koefisien Determinasi)

Koefisien Determinasi (R^2) Menurut Ghozali (2012: 97) koefisien determinasi (R^2) adalah alat untuk dapat mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara lain ialah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan kemudian sebaliknya apabila nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan variabel-variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis dari koefisien determinasi.

b. Analisis R Square (Koefisien Determinasi)

Tabel 5.15
R Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,930 ^a	,865	,857	1,229

a. Predictors: (Constant), kualitas, harga, pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan

Dari hasil analisis di atas dapat di simpulkan apabila Determinasi berganda (R^2) sebesar 0,865 atau 86,5%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t berfungsi untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel independen secara individual untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah uji parameter koefisien regresi (b_1), (b_2), (b_3) sama dengan nol atau $H_0 : b_1=0; b_2=0; b_3=0$. $H_a : b_1 \neq 0; b_2 \neq 0; b_3 \neq 0$. Artinya suatu variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kreteria:

H_0 diterima jika nilai sig > 0,05

H_a diterima jika nilai sig < 0.05

Tabel 5.16
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,774	3,206		-,241	,810
Pelayanan	,965	,058	,924	16,662	,000
Harga	,009	,029	,017	,318	,752
Kualitas	,036	,062	,032	,575	,568

a. Dependent Variable: kepuasan

1. Berdasarkan hasil analisis yang didapat ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Dapat di buktikan dengan nilai t hitung = 16,662 pada sig 0,000 yang artinya bahwa variabel Kepuasan Konsemen dapat dijadikan dasar untuk memprediksi variabel Kepuasan Konsumen
2. Berdasarkan hasil yang dianalisis terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Dapat di buktikan dengan nilai t hitung = 0,318 pada sig 0,752 dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak bisa dijadikan untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil yang dianalisis terdapat pengaruh terhadap variabel Kualitas Produk (X3) dengan variabel Kepuasan Konsumen namun tidak signifikan. Dapat di buktikan dengan nilai t hitung = 0,576 pada sig 0,568 yang artinya bahwa variabel Kualitas produk tidak bisa dijadikan sebagai dasar untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen.

5.4 Pembahasan Hasil Penelitian

5.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menguji ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan(X1), Harga(X2), Kualitas Produk(X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan hasil uji t di atas menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Diduga karena kualitas layanan yang diberikan baik, membuat hati konsumen menjadi senang karena adanya pelayanan yang memuaskan untuk kunjungan service yang bisa ditentukan sendiri sesuai dengan permintaan konsumen.

5.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil yang dianalisis terdapat pengaruh dari variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen tetapi tidak signifikan. Dapat di buktikan dengan nilai t hitung = 0,318 pada sig 0,752 dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak dapat dijadikan sebagai alat untuk dapat memprediksi variabel kepuasan konsumen. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga Harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Advance Surabaya” Tidak dapat di terima.

Berdasarkan hasil pengujian t diatas menunjukkan bahwa Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena harga yang ditawarkan terlalu mahal susah untuk dijangkau kalangan menengah kebawah, harga yang terlalu mahal tidak sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, dan untuk dapat membeli dispenser air advance

dengan harga yang ditawarkan advance mempunyai sistem pembyaran kredit card yang kurang memuaskan karena hanya beberapa kartu kredit card saja.

5.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil yang dianalisis terdapat pengaruh terhadap variabel Kualitas Produk (X3) terhadap variabel Kepuasan Konsumen tetapi tidak signifikan. Dapat di buktikan dengan nilai t hitung = 0,575 pada sig 0,568 dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen tidak dapat dijadikan sebagai dasar untuk dapat memprediksi variabel kepuasan konsumen Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Advance Surabaya” tidak dapat diterima.

Berdasarkan hasil pengujian t diatas menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, diduga karena produk dispanser air advance kurang memuaskan. Produk advance sering mengalami kerusakan bisa dari saluran filter-filter yang tidak lancar membuat hasil air yang di produksi dari dispanser air advance tidak dapat menghasilkan air minum yang berkualitas sepertinya yang didemokan ke konsumen saat pertama kali pembelian.

5.4.4 Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas diketahui nilai F hitung sebesar 98,656 pada sig 0,000, maka menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen. maka hipotesis yang di duga ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualiatas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Advance Surabaya di terima.

Berdasarkan hasil tersebut diatas penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen Advance Surabaya apabila ingin meningkatkan kepuasan konsumen, maka dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan , harga dan kualitas produk.