

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Pengumpulan data berdasarkan adalah 100 responden sebagai konsumen Bengkel Las Masa Jaya adalah sebagai berikut :

A. Usia Responden

Tabel 5.1
Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 Tahun - 25 Tahun	19	19.0	19.0	19.0
	26 Tahun - 35 Tahun	23	23.0	23.0	42.0
	36 Tahun - 45 Tahun	32	32.0	32.0	74.0
	> 45 Tahun	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel diatas menjelaskan tentang usia 17 Tahun - 25 Tahun memiliki nilai *Frequency* 19 dari 100 responden sehingga jika dibuat dalam bentuk *Percent* maka nilainya adalah 19 % yang usia 17 Tahun - 25 Tahun, sedangkan untuk responden dengan 26 Tahun - 35 Tahun memiliki nilai *Frequency* 23 dari 100 responden sehingga jika dibuat dalam bentuk *Percent* maka nilainya adalah 23 % responden yang memiliki usia 26 Tahun - 35 Tahun, responden dengan usia 36 Tahun - 45 Tahun memiliki nilai *Frequency* 32 dari 100 responden sehingga jika dibuat dalam bentuk *Percent* maka nilainya adalah 32 % yang usia 36 Tahun - 45

Tahun, dan responden dengan usia > 45 Tahun memiliki nilai *Frequency* 26 dari 100 responden sehingga jika dibuat dalam bentuk *Percent* maka nilainya adalah 26 % yang usia > 45 Tahun.

B. Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	90	90.0	90.0	90.0
	Perempuan	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel diatas menjelaskan tentang jenis kelamin dimana laki - laki memiliki nilai *Frequency* 90 dari 100 responden sehingga jika dibuat dalam bentuk *Percent* maka nilainya adalah 90 % yang berjenis kelamin laki – laki, sedangkan untuk yang berjenis kelamin perempuan memiliki nilai *Frequency* 10 dari 100 responden sehingga jika dibuat dalam bentuk *Percent* maka nilainya adalah 10 % yang berjenis kelamin perempuan,

5.2 Uji Prasyarat Analisis/Uji Instrumen

5.2.1 Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disiapkan telah dapat mengukur variabel yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pertanyaan (item) dengan skor totalnya.

Rumus korelasi yang dipergunakan adalah *Pearson Correlation*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Versi 22* memberikan hasil sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.772	.778	6

Inter-Item Correlation Matrix

	Pertayaan_1	Pertayaan_2	Pertayaan_3	Pertayaan_4	Pertayaan_5	Pertayaan_6
Pertayaan_1	1.000	.326	.228	.450	.155	.315
Pertayaan_2	.326	1.000	.659	.479	.438	.318
Pertayaan_3	.228	.659	1.000	.542	.412	.238
Pertayaan_4	.450	.479	.542	1.000	.301	.344
Pertayaan_5	.155	.438	.412	.301	1.000	.325
Pertayaan_6	.315	.318	.238	.344	.325	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertayaan_1	21.1700	3.274	.411	.252	.767
Pertayaan_2	21.3100	3.105	.647	.505	.708
Pertayaan_3	21.2100	3.016	.585	.520	.720
Pertayaan_4	21.2500	3.058	.620	.428	.712
Pertayaan_5	21.3000	3.424	.454	.256	.753
Pertayaan_6	21.4100	3.174	.426	.211	.765

Tampilan Output SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,7 (Cukup Baik), di atas 0,8 (Baik). Konstruksi Kualitas Layanan dengan 6 item pertanyaan (Pertayaan_1 – Pertayaan_6) memberikan nilai *Cronbach Alpha* 0.778 yang menurut kriteria Nunnally (1994) bisa dikatakan reliable karena lebih dari 0.7

		Kualitas_Layanan
Pertayaan_1	Pearson Correlation	.352
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_2	Pearson Correlation	.408**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_3	Pearson Correlation	.318**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
Pertayaan_4	Pearson Correlation	.299**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	100
Pertayaan_5	Pearson Correlation	.373**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_6	Pearson Correlation	.364**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Kualitas_Layanan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Output SPSS 22 diatas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item-item Konstruk Kualitas Layanan dengan 6 item pertanyaan (Pertayaan_1 – Pertayaan_6) terhadap total skor Konstruk Kualitas Layanan menunjukkan hasil yang signifikan dilihat dari rumus r tabel yaitu $df = N-2$ dimana $N=100$ pada signifikansi 5 % dan ditemukan nilai r tabel sebesar 0,2072. *Uji Validitas*

menunjukkan tingkat validitas dan hubungan antar item dengan variabel. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan tidak valid dan tidak bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data

No. Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
1	0.352	0,2072	Valid
2	0.408	0,2072	Valid
3	0.299	0,2072	Valid
4	0.373	0,2072	Valid
5	0.301	0,2072	Valid
6	0.364	0,2072	Valid

Dapat disimpulkan bahwa masing masing indicator pertanyaan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,2072)

2. Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.854	.854	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pertayaan_7	4.0800	.52570	100
Pertayaan_8	4.1600	.50692	100
Pertayaan_9	4.2200	.54272	100
Pertayaan_10	4.1700	.45070	100
Pertayaan_11	4.1900	.48607	100
Pertayaan_12	4.3400	.49686	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertayaan_7	21.0800	3.792	.576	.338	.842
Pertayaan_8	21.0000	3.596	.725	.565	.813
Pertayaan_9	20.9400	3.491	.720	.528	.813
Pertayaan_10	20.9900	3.949	.611	.459	.835
Pertayaan_11	20.9700	3.989	.526	.343	.850
Pertayaan_12	20.8200	3.684	.690	.494	.820

Tampilan Output SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,7 (Cukup Baik), di atas 0,8 (Baik). Konstruk Harga dengan 6 item pertanyaan (Pertayaan_7 – Pertayaan_12) memberikan nilai *Cronbach Alpha* 0.854 yang menurut kriteria Nunnally (1994) bisa dikatakan reliable karena lebih dari 0.8

		Harga
Pertayaan_7	Pearson Correlation	.436**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_8	Pearson Correlation	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_9	Pearson Correlation	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_10	Pearson Correlation	.506**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_11	Pearson Correlation	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_12	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100
Harga	Pearson Correlation	.212*
	Sig. (2-tailed)	.035
	N	100

Output SPSS 22 diatas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item-item Konstruk Harga dengan 6 item pertanyaan (Pertayaan_7 – Pertayaan_12) terhadap total skor Konstruk Kualitas Layanan menunjukkan hasil yang signifikan dilihat dari rumus r tabel yaitu $df = N-2$ dimana $N=100$ pada signifikansi 5 % dan

ditemukan nilai r tabel sebesar 0,2072. *Uji Validitas* menunjukkan tingkat validitas dan hubungan antar item dengan variabel. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan tidak valid dan tidak bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data

No. Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
7	0.436	0,2072	Valid
8	0.584	0,2072	Valid
9	0.581	0,2072	Valid
10	0.506	0,2072	Valid
11	0.524	0,2072	Valid
12	1	0,2072	Valid

Dapat disimpulkan bahwa masing masing indicator pertanyaan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,2072)

3. Tempat (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.794	.800	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pertayaan_13	4.2300	.50960	100
Pertayaan_14	3.8900	.54855	100
Pertayaan_15	4.2000	.40202	100
Pertayaan_16	4.1500	.45782	100
Pertayaan_17	4.0700	.53664	100
Pertayaan_18	4.1900	.54486	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertayaan_13	20.5000	3.222	.547	.502	.762
Pertayaan_14	20.8400	3.509	.327	.196	.817
Pertayaan_15	20.5300	3.444	.588	.380	.758
Pertayaan_16	20.5800	3.337	.559	.444	.760
Pertayaan_17	20.6600	2.994	.646	.535	.737
Pertayaan_18	20.5400	2.938	.668	.564	.731

Tampilan Output SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,7 (Cukup Baik), di atas 0,8 (Baik). Konstruksi Tempat dengan 6 item pertanyaan (Pertanyaan_13 – Pertanyaan_18) memberikan nilai *Cronbach Alpha* 0.800 yang menurut kriteria Nunnally (1994) bisa dikatakan reliable karena lebih dari 0.8

		Tempat
Pertayaan_13	Pearson Correlation	.297**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	100
Pertayaan_14	Pearson Correlation	.321**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
Pertayaan_15	Pearson Correlation	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_16	Pearson Correlation	.448**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_17	Pearson Correlation	.400**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_18	Pearson Correlation	.428**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Tempat	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Output SPSS 22 diatas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item-item Konstruk Tempat dengan 6 item pertanyaan (Pertayaan_13 – Pertayaan_18) terhadap total skor Konstruk Kualitas Layanan menunjukkan hasil yang signifikan dilihat dari rumus r tabel yaitu $df = N-2$ dimana $N=100$ pada signifikansi 5 % dan

ditemukan nilai r tabel sebesar 0,2072. *Uji Validitas* menunjukkan tingkat validitas dan hubungan antar item dengan variabel. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan tidak valid dan tidak bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data

No. Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
13	0.297	0,2072	Valid
14	0.321	0,2072	Valid
15	0.900	0,2072	Valid
16	0.448	0,2072	Valid
17	0.400	0,2072	Valid
18	0.428	0,2072	Valid

Dapat disimpulkan bahwa masing masing indicator pertanyaan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,2072)

4. Kepuasan konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.752	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pertayaan_19	4.2700	.46829	100
Pertayaan_20	4.1500	.51981	100
Pertayaan_21	3.9800	.55011	100
Pertayaan_22	3.9800	.44902	100
Pertayaan_23	3.9100	.60461	100
Pertayaan_24	3.9300	.57305	100
Pertayaan_25	4.2100	.62434	100
Pertayaan_26	4.3600	.52262	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertayaan_19	28.5200	4.939	.698	.561	.663
Pertayaan_20	28.6400	5.122	.519	.326	.693
Pertayaan_21	28.8100	4.842	.606	.524	.673
Pertayaan_22	28.8100	5.428	.469	.349	.705
Pertayaan_23	28.8800	4.915	.497	.505	.695
Pertayaan_24	28.8600	5.071	.470	.437	.701
Pertayaan_25	28.5800	6.125	.032	.324	.793
Pertayaan_26	28.4300	5.581	.307	.429	.732

Tampilan Output SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,7 (Cukup Baik), di atas 0,8 (Baik). Konstruksi Tempat dengan 6 item pertanyaan (Pertanyaan_13 – Pertanyaan_18) memberikan nilai *Cronbach Alpha* 0.752 yang menurut kriteria Nunnally (1994) bisa dikatakan reliable karena lebih dari 0.7

		Kepuasan_Konsumen
Pertayaan_19	Pearson Correlation	.375**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_20	Pearson Correlation	.371**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_21	Pearson Correlation	.253*
	Sig. (2-tailed)	.011
	N	100
Pertayaan_22	Pearson Correlation	.262
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_23	Pearson Correlation	.122
	Sig. (2-tailed)	.226
	N	100
Pertayaan_24	Pearson Correlation	.253*
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_25	Pearson Correlation	.356
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Pertayaan_26	Pearson Correlation	.068
	Sig. (2-tailed)	.504
	N	100
Kepuasan_Konsumen	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Output SPSS 22 diatas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item-item Konstruk Kepuasan Konsumen dengan 8 item pertanyaan (Pertayaan_19 – Pertayaan_26) terhadap total skor Konstruk Kualitas Layanan menunjukkan hasil yang signifikan dilihat dari rumus r tabel yaitu $df = N-2$ dimana $N=100$ pada signifikansi 5 % dan ditemukan nilai r tabel sebesar 0,2072. Uji Validitas menunjukkan tingkat validitas dan hubungan antar item dengan variabel. Dengan kriteria sebagai berikut :

- c) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data
- d) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, yaitu lebih dari 0,2072 maka dinyatakan tidak valid dan tidak bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data

No. Item Pertayaan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
19	0.375	0,2072	Valid
20	0.371	0,2072	Valid
21	0.253	0,2072	Valid
22	0.262	0,2072	Valid
23	0.253	0,2072	Valid
24	0.356	0,2072	Valid
25	0.477	0,2072	Valid
26	0.477	0,2072	Valid

Dapat disimpulkan bahwa masing masing indicator pertanyaan valid karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (0,2072)

5.2.2 Uji Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi linier berganda dipergunakan untuk menentukan tingkatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen atau variabel bebas terhadap terkait, dalam hal ini adalah pengaruh variabel Kualitas layanan dan variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan tabel di dibawah dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 5.2
Hasil Uji Linier berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.130	.415		5.135	.000
	Kualitas_Layanan	.021	.083	.025	.252	.802
	Harga	.105	.067	.157	1.552	.124
	Tempat	.367	.108	.367	3.391	.001

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

Kepuasan Konsumen = 2.130 + 0.021Kualitas Layanan + 0.105 Harga + 0.367Tempat + e

Keterangan :

Y : Variabel Kepuasan Konsumen

X1 : Variabel Kualitas Layanan

X2 : Variabel Harga

- X3 : Variabel Tempat
- a : Nilai konstanta
- b : Nilai koefisien regresi
- e : Standart Error

Berdasarkan data dari table diatas dapat diinterpretasikan bahwa Nilai konstanta sebesar 2.130, artinya apabila Kualitas Layanan, Harga dan tempat ditingkatkan akan memberikan nilai 0.000 maka Kepuasan Konsumen akan bengkel las masa jaya nilainya sebesar 2.130.

Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0.021, artinya apabila Kualitas Layanan (X1) ditingkatkan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan bengkel las masa jaya mengalami kenaikan yang relatif besar yaitu sebesar 0.021 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Kualitas Layanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Apabila Kualitas Layanan bengkel las masa jaya terjaga bahkan ditingkatkan maka Kepuasan Konsumen juga akan mengalami kenaikan sehingga banyak pekerjaan las yang akan datang ke bengkel las masa jaya karena kualitas layanannya baik

Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0.105, artinya apabila Harga (X2) ditingkatkan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan Bengkel Las Masa Jaya mengalami kenaikan yang relatif sangat besar yaitu sebesar 0.124 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Apabila harga Bengkel Las Masa Jaya lebih terjangkau maka akan meningkatkan kepuasan konsumen karena harganya lebih terjangkau.

Koefisien regresi variabel Tempat (X3) sebesar 0.367, artinya apabila Tempat (X3) ditingkatkan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan Bengkel Las Masa Jaya mengalami kenaikan yang relatif sangat besar yaitu sebesar 0.001 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Tempat (X3) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Apabila Tempat Bengkel Las Masa Jaya lebih terjangkau dengan transportasi umum maka akan meningkatkan kepuasan konsumen karena harganya lebih terjangkau.

5.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,90 – 1000 = sangat kuat

Adapun hasil pengujian korelasi ganda (R) dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.471 ^a	.222	.197	.41017	2.215

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R sebesar 0.471. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara kualitas layanan, harga dan tempat dengan kepuasan konsumen Bengkel Las Masa Jaya sebesar 47.1%.

5.3 Pengujian Hipotesis

5.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji pengaruh variabel Kualitas layanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel
Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.130	.415		5.135	.000
	Kualitas_Layanan	.021	.083	.025	.252	.802
	Harga	.105	.067	.157	1.552	.124
	Tempat	.367	.108	.367	3.391	.001

Langkah mencari angka *degree of freedom* (df) dengan menggunakan rumus ($df = n - k$). n merupakan jumlah responden yaitu $n = 100$ dan k adalah jumlah variabel dalam penelitian yaitu $k = 4$ sehingga apabila dimasukkan dalam rumus ($df = 100 - 4 = 96$). Maka nilai t table yang didapatkan dari jumlah variable

(empat) dan jumlah responden (100) serta taraf signifikansi (dua sisi 0.025) adalah 1.98498 sebesar Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel.

a) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 0.252 dengan nilai Sig sebesar 0.802. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1.98498 dan nilai Sig lebih besar dari pada 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Las Masa Jaya

b) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 1.552 dengan nilai Sig sebesar 0.124. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1.98498 dan nilai Sig lebih besar dari pada 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Las Masa Jaya

c) Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 3.391 dengan nilai Sig sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1.98498 dan nilai Sig lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian H₀ diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel Tempat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Las Masa Jaya

5.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji pengaruh variabel kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.2
Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.599	3	1.533	9.113	.000 ^b
	Residual	16.151	96	.168		
	Total	20.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Tempat, Harga, Kualitas_Layanan

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

a) Merumuskan hipotesis

H₀ : Kualitas Layanan, harga dan Tempat serempak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Kualitas Layanan, harga dan Tempat serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Menentukan tingkat signifikansi Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (0,05). Signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian

c) Menentukan F hitung

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai F hitung sebesar 9.113.

d) Menentukan F tabel Dengan menggunakan tingkat signifikansi 95%, $\alpha = 5\%$, $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$, $df_2 = 100 - 3 = 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel), hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 2.70.

e) Menentukan nilai signifikansi

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai Sig sebesar 0,000.

f) Kriteria pengujian

Dalam penelitian ini menggunakan dua kriteria pengujian, yaitu :

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima apabila nilai signifikansi $> 0,05$

H_0 ditolak apabila nilai signifikansi $< 0,05$

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh nilai F hitung sebesar 9.113 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 2.70 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan, harga dan Tempat secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Ha1 : Kualitas layanan Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 0.252 dengan nilai Sig sebesar 0.802. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1.98498 dan nilai Sig lebih besar dari pada 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Las Masa Jaya.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dalam teori penelitian ini tidak mampu mendukung penelitian sebab dalam proses las teknik las merupakan bagian dari pelayanan serta gaya komunikasi yang dimiliki setiap pegawai dalam menjelaskan setiap pekerjaan juga menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan. Karena las ini merupakan pekerjaan kasar maka bisa disimpulkan kualitas layanan tidak begitu berpengaruh pada kepuasan konsumen

Ha2 : Harga Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 1.552 dengan nilai Sig sebesar 0.124. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1.98498 dan nilai Sig lebih besar dari pada 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Las Masa Jaya. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa. Perusahaan yang mempunyai sasaran penetapan harga tipe Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar memutuskan perhatian pada upaya mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Satu sektor yang membuat sasaran ini tercapai adalah perusahaan biasanya dapat menentukan pangsa pasar apa yang diinginkan. Dalam beberapa hal, pangsa pasar merupakan indikator kondisi perusahaan yang lebih baik dibandingkan dengan target laba investasi artinya, sasaran penetapan harganya yang lebih baik. Hal ini bisa terjadi terutama pada waktu pasar total sedang berkembang dan perusahaan bisa memperoleh laba yang bisa diharapkan. Akan tetapi jika manajemen tidak mengetahui bahwa pasar sedang berkembang, akibatnya pangsa pasar perusahaan bisa mengalami kemunduran. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa setiap harga las rata rata sama atau tidak memiliki varian tertentu sehingga hal ini mampu menjawab tidak terjadi hal yang perlu diperhatikan dalam harga untuk menilai kepuasan konsumen

H03 : Tempat Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 3.391 dengan nilai Sig sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1.98498 dan nilai Sig lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel Tempat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Las Masa Jaya

Tempat atau lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran . Lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasaran akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir. Lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Lokasi atau tempat yang strategis dalam hal ini mudah dijangkau atau akses yang cepat akan meningkatkan kepuasan konsumen dikarenakan lokasi penelitian menunjukkan tempat berpengaruh sig. Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi lokasi atau tempat. Hal tersebut dikarenakan konsumen merasa puas karena lokasinya terjangkau atau mudah dijangkau dengan alat transportasi umum dan pribadi

Ha4 : Kualitas layanan, Harga dan Tempat Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh nilai F hitung sebesar 9.113 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 2.70 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya kualitas pelayanan, harga dan Tempat secara bersama-sama

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian ketiga variabel telah dinyatakan sig dapat diartikan bahwa dalam satu satuan kepuasan ketiga variable tidak bisa dipisahkan bila saling dikaitkan, dan memiliki makna yang berbeda apabila disatukan menjadi satu kesatuan untuk mengukur kepuasan. Beberapa teori yang membahas variable yang dikaitkan dalam penelitian ini sangat mendukung dan sejalan