

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Identitas responden merupakan segala sesuatu yang erat hubungannya dengan diri responden secara individu, jumlah responden penelitian ini adalah 82 orang yang merupakan responden pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan.

4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari penyebaran sejumlah kuesioner yang diberikan kepada para responden maka didapatkan responden laki-laki dan perempuan yang disebutkan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|------------|--------|------------|
| Laki-laki | 28 | 34,15% |
| Perempuan | 54 | 65,85% |
| Total | 82 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden

Data mengenai usia responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|-------------|--------|------------|
| 19-25 Tahun | 8 | 9,76% |
| 26-35 Tahun | 23 | 28,05% |
| 36-45 Tahun | 38 | 46,34% |
| > 45 Tahun | 13 | 15,85% |
| Total | 82 | 100,00% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh usia 36-45 tahun sebanyak 38 orang (46,34%), hal ini menunjukkan pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan didominasi para kepala keluarga yang berusia antara 36 sampai 45 tahun.

4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden

Data mengenai pendidikan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|------------|--------|------------|
| SMP | 6 | 7,32% |
| SMA/SMK | 48 | 58,54% |
| Diploma | 0 | 0% |
| S1 | 28 | 34,15% |
| S2 | 0 | 0% |
| Jumlah | 82 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui dari sisi tingkat pendidikan, responden yang ada banyak didominasi SMA yaitu 48 orang (58,54%) hal ini menunjukkan pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan didominasi para lulusan SMA.

4.2. Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 82 responden melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan skala likert. Jawaban yang diberikan responden kemudian diberi skor dengan *teknik agree-*

disagree scale dengan mengembangkan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju-tidak setuju dalam berbagai rentang nilai.

Dalam metode survey didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

4.2.1. Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Adapun tanggapan pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan Variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

| | Nama | Buktif isik | Keandalan | Dayatan ggap | Jaminan | Empati |
|----------------|------|-------------|-----------|--------------|---------|--------|
| N Valid | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.22 | 4.34 | 4.33 | 4.38 | 4.34 |
| Median | | 4.00 | 4.00 | 4.00 | 4.00 | 4.00 |
| Std. Deviation | | .416 | .549 | .473 | .488 | .477 |
| Minimum | | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Maximum | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Sum | | 346 | 356 | 355 | 359 | 356 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 di atas kualitas pelayanan semula disusun dari 5 butir soal yaitu bukti fisik (X1.1), keandalan (X1.2), daya tanggap (X1.3), jaminan (X1.4), empati(X1.5), Rata-rata jawaban responden

mengenai kualitas pelayanan nilainya di atas 3, sehingga cenderung setuju. Hal tersebut mengindikasikan persepsi responden mengenai kualitas pelayanan pada taraf yang cenderung setuju. Kecenderungan setuju tersebut juga bisa dilihat dari rata-rata setiap jawaban kuisioner yang membentuk variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,22, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
2. *Reliability* (Keandalan) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,34, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,33, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
4. *Assurance* (jaminan) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
5. *Empathy* (empati) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,34, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.

4.2.2. Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan Kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

Adapun tanggapan pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan Variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Frekuensi Variabel Kualitas Produk

| | nama | Hasil produk | Keistimewaan | Kehandalan | Kesesuaian spesifikasi | Daya tahan | Kegunaan | Estetika | Kualitas |
|----------------|------|--------------|--------------|------------|------------------------|------------|----------|----------|----------|
| N Valid | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.38 | 4.34 | 4.65 | 4.38 | 4.50 | 4.39 | 4.34 | 4.38 |
| Median | | 4.00 | 4.00 | 5.00 | 4.00 | 4.50 | 4.00 | 4.00 | 4.00 |
| Std. Deviation | | .488 | .477 | .481 | .488 | .503 | .491 | .477 | .559 |
| Minimum | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Maximum | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Sum | | 359 | 356 | 381 | 359 | 369 | 360 | 356 | 359 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 di atas kualitas produk semula disusun dari 5 butir soal yaitu hasil produk (X2.1), keistimewaan (X2.2), kehandalan (X2.3), kesesuaian spesifikasi (X2.4), daya tahan (X2.5), kegunaan (X2.6), (X2.7), estetika (X2.8), kualitas (X2.9), Rata-rata jawaban responden mengenai kualitas produk nilainya di atas 3, sehingga cenderung setuju. Hal tersebut mengindikasikan persepsi responden mengenai kualitas produk pada taraf yang cenderung setuju. Kecenderungan setuju tersebut juga bisa dilihat dari rata-rata setiap jawaban kuisioner yang membentuk variabel kualitas produk sebagai berikut:

1. Hasil Produk (*Performance*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,34, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
3. Keandalan (*Reliability*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,65, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
4. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
5. Daya Tahan (*Durability*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,50, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
6. Kegunaan (*Serviceability*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,39, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
7. Estetika (*Aesthetics*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,34, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
8. Kualitas yang Dirasakan (*Perceived Quality*) di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.

4.2.3. Variabel Harga

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Adapun tanggapan pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan Variabel harga dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Harga

| | nama | Harga ditetapkan | Keterjangkauan harga | Kesesuaian harga | Daya saing harga | Potongan harga |
|---|----------------|------------------|----------------------|------------------|------------------|----------------|
| N | Valid | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 4.35 | 4.38 | 4.60 | 4.44 | 4.51 |
| | Median | 4.00 | 4.00 | 5.00 | 4.00 | 5.00 |
| | Std. Deviation | .674 | .488 | .541 | .499 | .503 |
| | Minimum | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| | Maximum | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| | Sum | 357 | 359 | 377 | 364 | 370 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 di atas harga semula disusun dari 5 butir soal yaitu Harga ditetapkan (X3.1), Keterjangkauan harga (X3.2), Kesesuaian harga (X3.3), Daya saing harga (X3.4), Potongan harga (X3.5). Rata-rata jawaban responden mengenai harga nilainya di atas 3, sehingga cenderung setuju. Hal tersebut mengindikasikan persepsi responden mengenai harga pada taraf yang cenderung setuju. Kecenderungan setuju tersebut juga bisa dilihat dari rata-rata setiap jawaban kuisioner yang membentuk variabel harga sebagai berikut:

1. Harga yang ditetapkan di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,35, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
2. Keterjangkauan harga di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,60, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
4. Daya saing harga di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,44, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
5. Potongan harga di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,51, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.

4.2.4. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan Tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Adapun tanggapan pelanggan PAMSIMAS di Desa Tunahan Variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan

| | nama | Terpenuhi harapan | Sikap | Rekomendasi | Kualitas layanan | Loyal | Reputasi | Lokasi |
|----------------|------|-------------------|-------|-------------|------------------|-------|----------|--------|
| N Valid | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| N Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 4.38 | 4.24 | 4.35 | 4.50 | 4.32 | 4.34 | 4.38 |
| Median | | 4.00 | 4.00 | 4.00 | 4.50 | 4.00 | 4.00 | 4.00 |
| Std. Deviation | | .488 | .511 | .481 | .503 | .468 | .477 | .559 |
| Minimum | | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Maximum | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Sum | | 359 | 348 | 357 | 369 | 354 | 356 | 359 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 di atas kepuasan pelanggan semula disusun dari 5 butir soal yaitu terpenuhi harapan (Y.1), sikap (Y.2), rekomendasi (Y.3), kualitas layanan (Y.4), loyal (Y.5) reputasi (Y.6). Rata-rata jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan nilainya di atas 3, sehingga cenderung setuju. Hal tersebut mengindikasikan persepsi responden mengenai kepuasan pelanggan pada taraf yang cenderung setuju. Kecenderungan setuju tersebut juga bisa dilihat dari rata-rata setiap jawaban kuisioner yang membentuk variabel harga sebagai berikut:

1. Terpenuhinya harapan konsumen di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,24, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 3 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.

3. Merekomendasikan kepada pihak lain di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,35, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
4. Kualitas layanan di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,45, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
5. Loyal di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,32, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
6. Reputasi yang baik di dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,34, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.
7. Lokasidi dapatkan dengan rata-rata sebesar 4,38, dengan nilai maksimal 5 dan nilai terendah 4 sehingga menunjukkan responden cenderung setuju.

4.3. Analisis Uji Data

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengujian kuesioner sebanyak 30 kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013) hasil kuesioner dapat dilihat di lampiran. Dari hasil pengujian SPSS bahwa semua variabel (butir soal)

bahwa menunjukkan seluruh butir-butir soal **valid**, hal ini terlihat dari nilai *Corected Item-Total Correlation* (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel.

Berikut hasil pengujian validitas variable:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen

| Variabel | Item | Corected Item-Total Correlation (r hitung) | | r tabel | Ket. |
|-------------------------|------|--|---|---------|-------|
| Kualitas pelayanan (X1) | X1.1 | 0,636 | > | 0.183 | Valid |
| | X1.2 | 0,875 | > | 0.183 | Valid |
| | X1.3 | 0,881 | > | 0.183 | Valid |
| | X1.4 | 0,869 | > | 0.183 | Valid |
| | X1.5 | 0,675 | > | 0.183 | Valid |
| Kualitas produk (X2) | X2.1 | 0,621 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.2 | 0,685 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.3 | 0,327 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.4 | 0,714 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.5 | 0,691 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.6 | 0,712 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.7 | 0,716 | > | 0.183 | Valid |
| | X2.8 | 0,799 | > | 0.183 | Valid |
| Harga (X3) | X4.1 | 0,740 | > | 0.183 | Valid |
| | X4.2 | 0,803 | > | 0.183 | Valid |
| | X4.3 | 0,648 | > | 0.183 | Valid |
| | X4.4 | 0,774 | > | 0.183 | Valid |
| | X4.5 | 0,611 | > | 0.183 | Valid |
| Kepuasan pelanggan (Y) | Y1 | 0,464 | > | 0.183 | Valid |
| | Y2 | 0,762 | > | 0.183 | Valid |
| | Y3 | 0,565 | > | 0.183 | Valid |
| | Y4 | 0,588 | > | 0.183 | Valid |
| | Y5 | 0,680 | > | 0.183 | Valid |
| | Y6 | 0,670 | > | 0.183 | Valid |
| | Y7 | 0,858 | > | 0.183 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

4.3.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden, terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reliabilitas alat ukur, menggunakan *cronbach alpha*. Alat ukur ini dinyatakan andal atau *reliable* bila koefisien *cronbach alpha* berkisar dengan nilai di atas 0,6. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Nilai Cronbach Alpha dan Tiap Variabel

| No. | Variabel | Nilai Cronbach Alpha | | Cut Value | Ket. |
|-----|-------------------------|----------------------|---|-----------|----------|
| 1. | Kualitas pelayanan (X1) | 0,915 | > | 0,60 | Reliabel |
| 2. | Kualitas produk (X2) | 0,886 | > | 0,60 | Reliabel |
| 3. | Harga (X3) | 0,863 | > | 0,60 | Reliabel |
| 4. | Kepuasan pelanggan (Y) | 0,874 | > | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.9, terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.6. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah **reliable**.

4.4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi sebelumnya akan dilakukan *pengujian* untuk mengetahui layak tidaknya model regresi tersebut, maka akan dilakukan pengujian asumsi Autokorelasi, Multikolinearitas, Normalitas, dan Heteroskedastisitas

4.4.1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui kesalahan (*errors*). Model regresi linier yang baik adalah tidak mengalami autokorelasi

dengan mengecek nilai Durbin-Watson. Berikut hasil perhitungan autokorelasi menggunakan SPSS Versi 21:

Tabel 4.10
Tabel Autokorelasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .972 ^a | .946 | .944 | .608 | 1.529 |

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas_produk, kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1,529 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 1,529 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t_{tabel} d-statistik. Durbin Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari tabel d-statistik Durbin Watson diperoleh nilai d_l sebesar 1.566 dan d_u sebesar 1.717 karena Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami autokorelasi. Cara untuk mengetahui apakah mengalami atau tidak mengalami autokorelasi adalah dengan mengecek nilai Durbin Watson (DW) syarat tidak terjadi autokorelasi adalah $1 < DW < 3$ dengan kriteria dan keputusan sebagai berikut (Sufreni dan Natanael, 2014: 104) maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokorelasi positif untuk tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dapat dilihat pada lampiran.

4.4.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*) model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya mutikolonieritas yaitu dengan menganalisis materi korelasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat pada nilai *tolerance* serta nilai *variance inflation factor* (VIF) dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.11
Tabel Multikolonieristas
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | .469 | 1.115 | | .420 | .675 | | |
| Kualitas pelayanan | .480 | .064 | .374 | 7.553 | .000 | .285 | 3.510 |
| Kualitas produk | .588 | .045 | .644 | 13.205 | .000 | .293 | 3.413 |
| Harga | -.050 | .040 | -.034 | -1.257 | .213 | .936 | 1.069 |

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

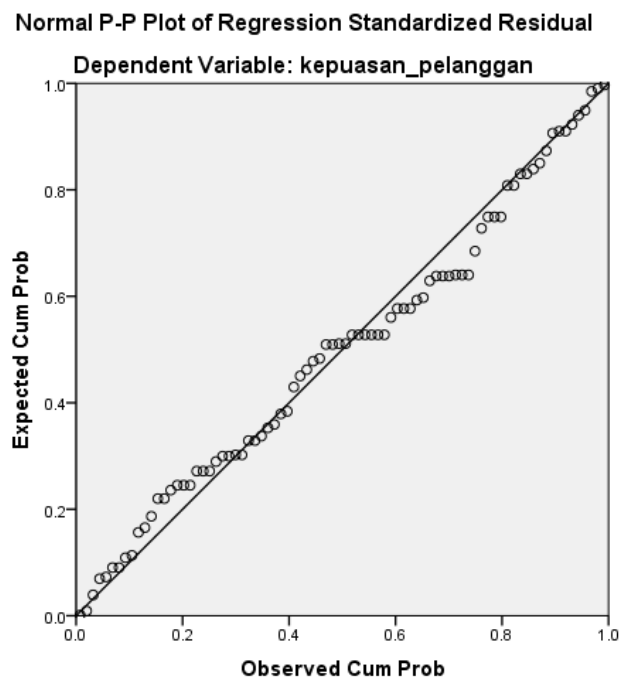
Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai kualitas pelayanan 0.285 dan VIF 3.510 untuk nilai kualitas produk 0.293 dan VIF 3.413 untuk nilai harga 0.963 dan VIF 1.069. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan

bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.4.3. Uji Normalitas

Berdasarkan *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas. Untuk hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



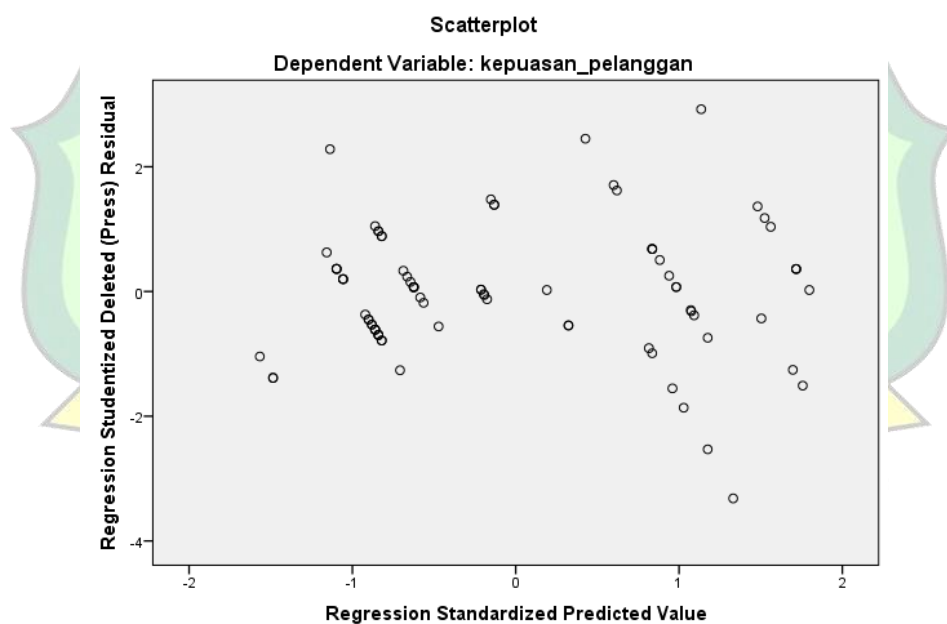
Gambar 4.1
Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik (yang menggambarkan data sesungguhnya) terlihat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya.

Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data tersebut berdistribusi normal yang artinya model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

4.4.4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik *menyebar* di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastitas pada model regresi. Untuk hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Gambar 4.2
Gambar Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian SPSS pada gambar 4.2. menunjukkan bahwa titik-titik tersebut letaknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu seperti

bergelombang, melebar kemudian menyempit. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5. Analisis Data

4.5.1. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel *dependent* yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan R^2 yang tinggi berkisar antara 0,7 sampai 1.

Tabel 4.12
Tabel Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .972 ^a | .946 | .944 | .608 | 1.529 |

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas_produk, kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

R^2 yang digunakan adalah nilai adjusted R square yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. Adjusted R square merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel independent ke dalam persamaan. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada lampiran.

Dari *output* terlihat nilai korelasi adalah sebesar 0.975 dengan koefisien determinasi 0.946 Dengan demikian 94,6% variasi perubahan variabel kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh variabel kualitas

pelayanan, kualitas produk dan harga untuk 5,4% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak kami teliti.

4.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) serta harga (X3) Variabel dependen adalah Kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 4.13
Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | .469 | 1.115 | | .420 | .675 |
| Kualitas pelayanan | .480 | .064 | .374 | 7.553 | .000 |
| Kualitas produk | .588 | .045 | .644 | 13.205 | .000 |
| Harga | -.050 | .040 | -.034 | -1.257 | .213 |

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel *independent* mempunyai pengaruh variabel *dependent*. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Berdasarkan tabel 4.13, maka dapat diketahui persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.469 + 0.480x_1 + 0.588x_2 + (-0.050x_3)$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,469 dapat diartikan apabila kualitas pelayanan(X1), kualitas produk (X2) serta harga (X3) Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan PAMSIMASDesa Tunahan (Y) nilainya sebesar 0,469 .
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan(X1) sebesar 0.480 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan(X1) akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.480 sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas pelayanan(X1) akan menurunkan kepuasan pelanggan PAMSIMASDesa Tunahan sebesar 0.480 dengan anggapan bahwa variable lainnya tetap.
3. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) sebesar 0.588 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas produk (X2) akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.588 sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas produk (X2) akan menurunkan kepuasan pelanggan PAMSIMAS Desa Tunahan sebesar 0.588 dengan anggapan bahwa variable lainnya tetap.

4.5.3. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Ketentuan yang digunakan adalah:

Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.14
Tabel Hasil Uji F

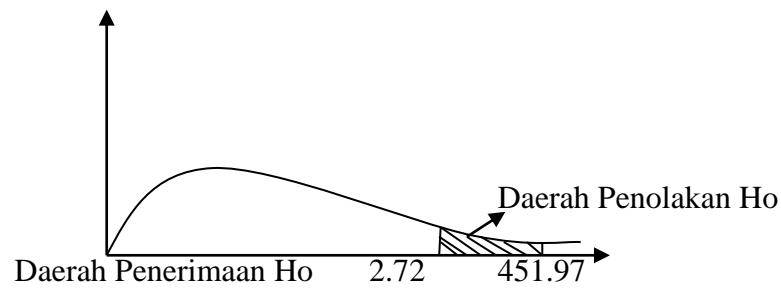
| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 501.631 | 3 | 167.210 | 451.970 | .000 ^b |
| Residual | 28.857 | 78 | .370 | | |
| Total | 530.488 | 81 | | | |

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas_produk, kualitas_pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau uji F pada Tabel 4.14. Menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 451.97 sedangkan untuk nilai F tabelnya sebesar 2.72. Selain itu diperoleh nilai signifikansinya sebesar 0,000 adalah lebih kecil dari taraf signifikansinya sebesar 0,05. Dengan demikian nilai F hitung $> F$ tabel ($451.97 > 2.72$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf signifikansinya ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis keempat diterima, artinya variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) serta harga (X3) Variabel dependen adalah Kepuasan pelanggan (Y).



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 4.4
Uji F

4.5.4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian parsial (uji t) bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t_{hitung} . Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dapat dilihat pada lampiran. Adapun hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 21 dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.15
Tabel Hasil Uji t

Coefficients^a

| Model | t | Sig. |
|-------------------------|--------|------|
| (Constant) | .420 | .675 |
| 1 Kualitas pelayanan | 7.553 | .000 |
| Kualitas produk | 13.205 | .000 |
| Harga | -1.257 | .213 |

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 4.15, dapat dijelaskan pengaruh variabel kualitas pelayanan(X1), kualitas produk

(X2) serta harga (X3) Variabel dependen adalah Kepuasan pelanggan (Y) secara parsial sebagai berikut:

4.5.4.1. Uji Statistik t Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan pembelian

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga diperoleh hasil pengujian sebagai berikut: Tabel 4.15. di atas diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 7.553 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,663 menggunakan uji satu sisi. Sedangkan untuk nilai signifikansinya adalah 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan hasilnya positif ($7.553 > 1,663$) dan nilai signifikansinya menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0.000 < 0,05$) maka dapat diartikan bahwa hipotesis pertama diterima artinya kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5.4.2. Uji Statistik t Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga diperoleh hasil pengujian sebagai berikut: Tabel 4.15. di atas diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X2) adalah sebesar 13.205 sedangkan nilai

t_{tabel} adalah sebesar 1,663 menggunakan uji satu sisi. Sedangkan untuk nilai signifikansi adalah 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan hasilnya positif ($13.205 > 1,663$) dan nilai signifikansinya menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0.000 < 0,05$) maka dapat diartikan bahwa hipotesis kedua diterima artinya kualitas produk (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5.4.3. Uji Statistik t harga Terhadap keputusan pembelian

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa harga (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga diperoleh hasil pengujian sebagai berikut: Tabel 4.15. diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel harga (X3) adalah sebesar -1.257 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,663 menggunakan uji satu sisi. Sedangkan untuk nilai signifikansi adalah 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan hasilnya positif ($-1.257 < 1,663$) dan nilai signifikansinya menunjukkan lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0.213 > 0,05$) maka dapat diartikan bahwa hipotesis ketiga di tolak artinya harga (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Faktor Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan penelitian terdahulu, teori yang sudah umum digunakan adalah teori menurut Lupiyoadi Rambat-A.Hamdani (2008) yang menyatakan bahwa terdapat lima indikator dari kualitas layanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), empati (*emphaty*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*), sehingga teori yang digunakan dalam penelitian ini kemungkinan sudah benar.

Berdasarkan sampel dalam penelitian ini telah menggunakan 82 sampel yang terhitung. Berdasarkan alat pengambilan data yaitu melalui angket, kemudian berdasarkan rancangan penelitian, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dan berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Berdasarkan perhitungan-perhitungan, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan

SPSS, sehingga kecil kemungkinan bilaterjadi kesalahan dalam perhitungan menunjukkan bahwa diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan(X1) adalah sebesar 7.553sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,663 menggunakan uji satu sisi. Sedangkan untuk nilai signifikansiya adalah 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan hasilnya positif ($7.553 > 1,663$) dan nilai signifikansinya menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0.000 < 0,05$) kualitas pelayanan(X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PAMSIMAS Desa Tunahan. Senada dengan Gaol dkk, (2016) Dan Maulana (2016) penelitiannya menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.6.2. Faktor Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, digunakan oleh konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas poduk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan (Kotler dan Keller, 2009).

Berdasarkan sampel dalam penelitian ini telah menggunakan 82 sampel yangterhitung. Berdasarkan alat pengambilan data yaitumelalui

angket, kemudian berdasarkan rancangan penelitian, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dan berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Berdasarkan perhitungan-perhitungan, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS, sehingga kecil kemungkinan bilaterjadi kesalahan dalam perhitungan menunjukkan bahwa diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X2) adalah sebesar 13.205 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,663 menggunakan uji satu sisi. Sedangkan untuk nilai signifikansi adalah 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan hasilnya positif ($13.205 > 1,663$) dan nilai signifikansinya menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0.000 < 0,05$). Kualitas produk (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PAMSIMAS Desa Tunahan. Senada dengan Setyo (2017) menjelaskan bahwa Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen "Best Autoworks". Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hermawan (2011) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

4.6.3. Faktor Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Hasan, 2013).

Berdasarkan sampel dalam penelitian ini telah menggunakan 82 sampel yang terhitung. Berdasarkan alat pengambilan data yaitu melalui angket, kemudian berdasarkan rancangan penelitian, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dan berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Berdasarkan perhitungan-perhitungan, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS, sehingga kecil kemungkinan bilateral terjadi kesalahan dalam perhitungan menunjukkan bahwa diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel harga (X3) adalah sebesar -1.257 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,663 menggunakan uji satu sisi. Sedangkan untuk nilai signifikansi adalah 0,000. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan hasilnya positif (-1.257 < 1,663) dan nilai signifikansinya menunjukkan lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (0.213 > 0,05) harga (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian harga kepada pelanggan tidak menjamin kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, hal

ini disebabkan karena beberapa produk yang dijual merupakan barang seperti pipa, alat ukur air dan lain-lain yang langka sehingga harga bukan menjadi suatu pertimbangan berat bagi konsumen yang mencari produk tersebut.

