BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

Maya Aesthetic Clinik merupakan klinik kecantikan yang berlokasi di Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok D2, Jalan Sultan Hasanudin, Kenayan, Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung. Pada awalnya yaitu pada tahun 2008 berdirilah sebuah klinik kecantikan bernama House Of Ristra yang beroperasi tepat pada gedung yang saat ini ditempati oleh Maya Aesthetic Clinik. Dimana salah satu dokter yang bernama Dr. Maya Fauzia Faisal yang dulunya bekerja pada klinik tersebut mengambil alih klinik pada tahun 2012 hingga sekarang dan berganti nama menjadi Maya Aesthetic Clinik. Dimana klinik ini telah mengantongi Surat Izin Tetap dari Dinas Kesehatan Kabupaten Tulungagung. Maya Aesthetic Clinic telah memiliki cabang di daerah Bandung Tulungagung yang berdiri sejak bulan Juni 2018.

Maya Aesthetic Clinic ialah klinik kecantikan yang menawarkan jasa treatmen dan juga produk-produk kecantikan untuk para konsumen yang mengalami berbagai permasalahan kulit wajah. Tidak hanya permasalahan kulit wajah saja, Maya Aesthetic Clinic juga menawarkan produk perawatan badan dan juga perawatan gigi. Maya Aesthetic Clinic menggunakan alat-alat teknologi modern dalam membantu mengatasi permasalahan kulit pasien. Alat-alat yang digunakan serta produk-ptoduk

yang digunakan dijamin aman, steril dan juga terjaga kualitasnya karena berada dibawah pengawasan dokter. Karyawan yang dimiliki oleh Maya Aesthetic Clinik sebanyak 14 karyawan, 9 karyawan berada di cabang Kenayan dan 5 berada di cabang Bandung.

Maya Aesthetic Clinik buka dari pukul 09.00 hingga pukul 19.00 WIB. Banyak sekali produk treatmen yang ditwarkan oleh Maya Aesthetic Clinik yang sesuai dengan kebutuhan para pasien, antara lain yaitu Facial Xtra Proactive, Facial Acne Light, Facial Platinum DR, Facial Omega Glow, CC Glow, Facial Detox Whitening Coffe, Facial Oxy, Facial Diamond dst. Harga yang ditawarkan pada setiap produk treatmen juga berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan pasien dan juga alat-alat yang digunakan. Untuk dapat menikmati jasa perawatan wajah yaitu mulai Rp 65.000, serta perawatan badan mulai Rp 100.000. Selain harga yang ditawarkan cukup terjangkau, konsumen juga diberikan fasilitas yang memadai seperti tempat tidur yang nyaman, bersih dan juga tertutup, toilet yang bersih, ruang tunggu yang nyaman dan terdapat TV, AC, serta musik yang diputar dengan tingkat suara rendah yang membuat para konsumen tertarik untuk berkunjung kembali dan merasa puas dengan harga, kualitas produk dan juga kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Maya Aesthetic Clinic.

2. **Deskripsi Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung. Jumlah sampel yang ditentukan

adalah sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Dimana setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas penyataan yang telah dibuat oleh peneliti.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka perlu gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin:

   Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis kelamin	Jumlah	Persen (%)
1	perempuan	100	100%
2	Laki-laki	0	0%
jumlah		100	100%

   Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui jenis kelamin konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung yang diambil sebagai responden 100% adalah perempuan.

2. Deskripsi responden berdasarkan usia

   Data mengenai usia responden pada konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persen (%)
1	10 – 20	17	17%
2	21 – 30	42	42%
3	31 – 40	33	33%
4	41 - 50	8	8%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa konsumen pada Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung yang diambil oleh peneliti sebagai responden sebagian besar berusia 21 – 30 tahun. Tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden yang berusia 10 – 20 tahun sebanyak 17 orang, responden berusia 21 – 30 tahun sebanyak 42 orang, responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 33 orang, responden berusia 41 – 50 tahun sebanyak 8 orang.

3. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan

Data mengenai usia responden pada konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persen (%)
1	Pelajar/mahasiswa	38	38%
2	PNS	19	19%
3	swasta	21	21%

4	Wiraswasta	10	10%
5	Petani	2	2%
6	Lainnya	10	10%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung yang diambil oleh peneliti sebagai responden sebagian besar memiiki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa. Tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 38 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 19 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai swasta sebanyak 21 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 10 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai petani sebanyak 2 orang, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang.

B. Hasil Uji Analisis

1. Deskripsi Data Penelitian

Dari kuisioner yang telah disebarkan oleh peneliti kepada responden yang terdiri dari 20 pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu:

a. 5 soal digunakan untuk mengetahui harga produk Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung diukur dari variabel harga (X_1).

b. 5 soal digunakan untuk mengetahui kualitas produk Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung diukur dari variabel kualitas produk (X_2).

c. 5 soal digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan produk Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung diukur dari variabel kualitas pelayanan (X_3).

d. 5 soal digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung diukur dari variabel kepuasan konsumen (Y).

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel sebagai berikut:

1) Harga (X_1)

Tabel 4.4
Harga (X_1)

Item	Skor Jawaban											
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	30	30%	53	53%	17	17%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.2	28	28%	54	52%	20	20%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.3	31	31%	40	40%	20	20%	9	9%	0	0%	100	100%
X1.4	51	51%	40	40%	9	9%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.5	37	37%	57	57%	6	6%	0	0%	0	0%	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item (X1.1) yaitu harga produk yang ditetapkan oleh Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung terjangkau untuk konsumen, dari 100 responden terdapat

30 responden atau 30% responden menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53% responden menyatakan setuju, 17 responden atau 17% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X1.2) yaitu harga produk yang dijual pada Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung bervariasi, dari 100 responden terdapat 28 responden atau 28% responden menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% responden menyatakan setuju, 20 responden atau 20% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X1.3) yaitu harga yang ditetapkan oleh Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung dapat bersaing dengan harga para pesaing, dari 100 responden terdapat 31 responden atau 31% responden menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 40% responden menyatakan setuju, 20 responden atau 40% responden menyatakan kurang setuju, 9 responden atau 9% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item (X1.4) yaitu harga yang ditetapkan oleh Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung sesuai dengan kualitas dari produk yang ditawarkan, dari 100 responden terdapat 51 responden atau 51% responden menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 40% responden menyatakan setuju, 9 responden atau 9% responden

menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item (X1.5) yaitu harga yang ditawarkan oleh Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung sesuai dengan manfaat produk, dari 100 responden terdapat 37 responden atau 37% responden menyatakan sangat setuju, 57 responden atau 57% responden menyatakan setuju, 6 responden atau 6% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

2) Kualitas Produk (X_2)

Tabel 4.5
Kualitas Produk (X_2)

Item	Skor Jawaban											
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	30	30%	48	48%	14	14%	8	8%	0	0%	100	100%
X2.2	33	33%	67	67%	0	0%	0	0%	0	0,3%	100	100%
X2.3	47	47%	52	52%	1	1%	0	0%	0	0%	100	100%
X2.4	41	41%	58	58%	1	1%	0	0%	0	0%	100	100%
X2.5	46	46%	44	44%	10	10%	0	0%	0	0%	100	100%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk item (X2.1) yaitu produk Maya Aesthetic Clinic dikemas dengan kemasan yang menarik, dari 100 responden terdapat 30 responden atau 30% responden menyatakan sangat setuju, 48 responden atau 48% responden menyatakan setuju, 14 responden atau 14% responden menyatakan

kurang setuju, 8 responden atau 8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item (X2.2) yaitu produk maya aesthetic clinic memberikan hasil dari penggunaan produk seperti yang diinginkan, dari 100 responden terdapat 55 responden atau 55% responden menyatakan sangat setuju, 67 responden atau 67% responden menyatakan setuju, sedangkan 0 reponden menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X2.3) yaitu produk maya aesthetic clinic disesuaikan dengan kondisi kulit dan kebutuhan konsumen, dari 100 responden terdapat 47 responden atau 47% responden menyatakan sangat setuju, 52 responden atau 52% responden menyatakan setuju, 1 responden atau 1% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X2.4) yaitu produk maya aesthetic clinic steril sehingga keawetan serta daya tahan produk terjamin, dari 100 responden terdapat 41 responden atau 41% responden menyatakan sangat setuju, 58 responden atau 58% responden menyatakan setuju, 1 responden atau 1% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X2.5) yaitu produk maya aesthetic clinic menggunakan bahan-bahan yang aman dan berkualitas, dari 100 responden terdapat 46 responden atau 46% responden menyatakan sangat

setuju, 44 responden atau 44% responden menyatakan setuju, 10 responden atau 10% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan angat tidak setuju.

3) Kualitas Pelayanan (X_3)

Tabel 4.6
Kualitas Pelayanan (X_3)

Item	Skor Jawaban											
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	55	55%	42	42%	3	3%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.2	52	52%	48	48%	0	0%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.3	55	55%	45	45%	0	0%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.4	52	52%	48	48%	0	0%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.5	51	51%	49	49%	0	0%	0	0%	0	0%	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk item (X3.1) yaitu kualitas pelayanan pada maya aesthetic clinic yaitu memiliki layanan fasilitas fisik yang memadai seperti ruang perawatan, ruang tunggu, toilet dan alat-alat teknologi modern, dari 100 responden terdapat 55 responden atau 55% responden menyatakan sangat setuju, 42 responden atau 42% responden menyatakan setuju, 3 responden atau 3% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X3.2) yaitu terapis yang sopan,ramah dan ahli dalam memberikan perawatan, dari 100 responden terdapat 52 responden atau 52% responden menyatakan sangat setuju, 48 responden atau 48%

responden menyatakan setuju, 0 responden menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan 5 responden dan sangat tidak setuju.

Pada item (X3.3) yaitu tanggap dalam melayani keluhan dan keinginan konsumen, dari 100 responden terdapat 55 responden atau 55% responden menyatakan sangat setuju, 45 responden atau 45% responden menyatakan setuju, sedangkan 0 responden menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X4.3) yaitu jasa konsultasi dokter mampu membangun rasa percaya dari konsumen, dari 100 responden terdapat 52 responden atau 52% responden menyatakan sangat setuju, 48 responden atau 48% responden menyatakan setuju, sedangkan 0 responden menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (X5.3) yaitu kesungguhan dalam merespon keluhan konsumen, dari 100 responden terdapat 51 responden atau 51% responden menyatakan sangat setuju, 49 responden atau 49% responden menyatakan setuju, 0 responden menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

4) Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.7
Kepuasan Konsumen (Y)

Item	Skor Jawaban											
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	32	32%	50	50%	13	13%	5	5%	0	0%	100	100%
Y.2	34	34%	54	54%	12	12%	0	0%	0	0%	100	100%

Y.3	27	27%	53	53%	20	20%	0	0%	0	0%	100	100%
Y.4	29	29%	54	54%	16	16%	1	1%	0	0%	100	100%
Y.5	44	44%	51	51%	5	5%	0	0%	0	0%	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk item (Y.1) yaitu konsumen merasa puas terhadap macam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, dari 100 responden terdapat 32 responden atau 32% responden menyatakan sangat setuju, 50 responden atau 50% responden menyatakan setuju, 15 responden atau 15% responden menyatakan kurang setuju, 5 atau 5% responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item (Y.2) yaitu konsumen merasa puas terhadap layanan jasa yang professional dalam memberikan treatmen atau perawatan, dari 100 responden terdapat 34 responden atau 34% responden menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% responden menyatakan setuju, 12 responden atau 12% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (Y.3) yaitu merasa puas terhadap hasil yang ditumbulkan dari penggunaan produk serta layanan jasa yang diberikan, dari 100 responden terdapat 27 responden atau 27% responden menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53% responden menyatakan setuju, 20 responden atau 20% responden menyatakan kurang setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada item (Y.4) yaitu konsumen merasa dengan harga yang terjangkau, pelayanan yang sigap dan produk yang bermacam-macam, dari 100 responden terdapat 29 responden atau 29% responden menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% responden menyatakan setuju, 16 responden atau 16% responden menyatakan kurang setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item (Y.5) yaitu konsumen merasa puas dengan fasilitas yang diberikan berupa tempat yang nyaman, dari 100 responden terdapat 44 responden atau 44% responden menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% responden menyatakan setuju, 5 responden atau 5% responden menyatakan kurang setuju, 0responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. **Uji Instrumen Data**

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu digunakan untuk menguji masing-masing variabel dalam penelitian yang diwakili oleh 20 item pernyataan yang dijawab responden. Keterkaitan antara butir pernyataan yang satu dengan butir pertanyaan yang lainnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pernyataan. Pernyataan tidak valid yiatu jika korelasi antar butir pernyataan rendah. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian tentang validitas kuesioner adalah korelasi

produk momen (*moment product Corrected Item-Total Correlation*) dengan hasil r_{tabel} sebesar 0,195

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas harga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	skoritem
item1	Pearson Correlation	1	.560**	.366**	.560**	.642**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item2	Pearson Correlation	.560**	1	.647**	.706**	.415**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item3	Pearson Correlation	.366**	.647**	1	.417**	.305**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item4	Pearson Correlation	.560**	.706**	.417**	1	.611**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item5	Pearson Correlation	.642**	.415**	.305**	.611**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
skoritem	Pearson Correlation	.774**	.859**	.751**	.818**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, seluruh item adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibanding 0,195.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	skoritem
item1	Pearson Correlation	1	.474**	.399**	.427**	.490**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item2	Pearson Correlation	.474**	1	.508**	.389**	.405**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item3	Pearson Correlation	.399**	.508**	1	.780**	.601**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item4	Pearson Correlation	.427**	.389**	.780**	1	.466**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item5	Pearson Correlation	.490**	.405**	.601**	.466**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
skoritem	Pearson Correlation	.788**	.693**	.812**	.760**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, seluruh item adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibanding 0,195.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	skoritem
item1	Pearson Correlation	1	.466**	.258**	.322**	.449**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item2	Pearson Correlation	.466**	1	.596**	.599**	.580**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item3	Pearson Correlation	.258**	.596**	1	.673**	.577**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item4	Pearson Correlation	.322**	.599**	.673**	1	.740**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item5	Pearson Correlation	.449**	.580**	.577**	.740**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
skoritem	Pearson Correlation	.648**	.820**	.784**	.840**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, seluruh item adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibanding 0,195.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	skoritem
item1	Pearson Correlation	1	.189	.220*	.447**	.600**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.059	.028	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item2	Pearson Correlation	.189	1	.323**	.487**	.306**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.059		.001	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item3	Pearson Correlation	.220*	.323**	1	.213*	.422**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.028	.001		.034	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item4	Pearson Correlation	.447**	.487**	.213*	1	.490**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.034		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item5	Pearson Correlation	.600**	.306**	.422**	.490**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
skoritem	Pearson Correlation	.725**	.639**	.612**	.750**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, seluruh item adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibanding 0,195.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan skala keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian yang dilakukan.

Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1 yang dikelompokkan kedalam lima kelas dengan reng yang sama, yaitu:

1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable.
2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable.
3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable.
4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable.
5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian reliabilitas data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,830 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel harga (X_1) adalah sangat reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* 0,830 > 0,80.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,805 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel kualitas produk (X_2) adalah sangat reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* 0,805 > 0,80.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,843 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah sangat reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* 0,843 > 0,80.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,737 yang berarti bahwa pernyataan dari variabel kepuasan konsumen (Y) adalah reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* 0,737 > 0,60.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data dengan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan asumsi data dikatakan normal jika setiap variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut ini adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*

Tabel 4.16
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87250813
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.776
Asymp. Sig. (2-tailed)		.583

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari tabel One-Sample *Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp.Sig (2-tailed).* Dengan

menggunakan taraf signifikansi α = 0,05. Terima H_1 jika nilai signifikansi > 0,05 dan tolak H_0 jika nilai signifikansi < 0,05.

H_0 = Data tidak berdistribusi normal

H_1 = Data berdistribusi normal

Nilai sig pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah 0,036 maka lebih besar dari 0,05 (0,583 > 0,05) sehingga berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas tujuannya yaitu untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dikatakan adanya multikolinieritas jika nilai *Variance Inflation* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari adanya multikolinieritas.

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.124	2.302		1.791	.076		
harga	.401	.151	.363	2.660	.047	.446	2.243
kualitaproduk	.499	.118	.488	4.212	.000	.470	2.129
kualitaspelsyanan	.264	.111	.223	2.372	.020	.716	1.397

a. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

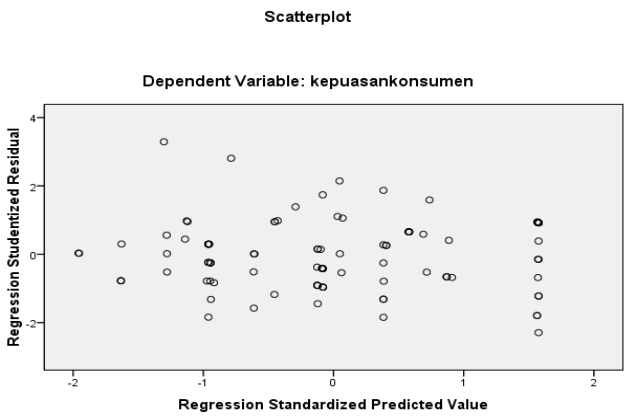
Berdasarkan tabel 4.17, diketahui bahwa nilai VIF variabel harga (X_1) adalah 2,243, variabel kualitas produk (X_2) adalah 2,129 dan variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah 1,397. Hasil ini berarti setiap variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Model tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

a) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
b) Titik-titik data tidak mengumpul diatas ataui dibawah saja
c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membenuk pola bergelombang melebar lalu menyempit dan melebar kembali

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari *Scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Data

Pengujian pengaruh variabel independen harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui mengenai ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik yang digunakan dalam uji regresi linier berganda ini adalah *SPSS for Windows* versi 16.0. Berikut hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 16.0:

1) Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.124	2.302		1.791	.076
harga	.401	.151	.363	2.660	.047
kualitasproduk	.499	.118	.488	4.212	.000
kualitaspelayanan	.264	.111	.223	2.372	.020

a. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari tabel coefficient diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

$$Y = 17{,}891 + 0{,}278\ X_1 + 0{,}529\ X_2 + 0{,}401\ X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. jika variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berada dalam keadaan konstan atau tetap maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 4.124.
b. jika variabel harga (X_1) meningkat satu satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,401.
c. jika variabel kualitas produk (X_2) meningkat satu satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,499.
d. jika variabel kualitas pelayanan (X_3) meningkat satu satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,264.

Dari persamaan diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang sangat berpengaruh yaitu kualitas produk dengan koefisien 0,499 dengan std. error 0,118 sedangkan yang berpengaruh rendah yaitu variabel kualitas pelayanan dengan koefisien 0,264 dengan std. error 0,111.

2) Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t-test yiatu digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing dari variabel independen mempengaruhi variabel depanden secara signifikan. Dalam penelitian ini, uji t-test untuk melihat pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap varaibel terikat.

H1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap varaibel terikat

Tabel 4.19
Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.124	2.302		1.791	.076
harga	.401	.151	.363	2.660	.047
kualitasproduk	.499	.118	.488	4.212	.000
kualitaspelayanan	.264	.111	.223	2.372	.020

a. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa uji t untuk variabel X_1 (harga) pada tabel *Coefficients* diperoleh

t_{hitung} 2,660 dan t_{tabel} 1,984. Nilai signifikansi 0,047 < 0,05 sehingga tolak H_0 dan terima H_1. Maka secara parsial variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Diketahui bahwa uji t untuk variabel X_2 (kualitas produk) pada tabel *Coefficients* diperoleh t_{hitung} 4,212 dan t_{tabel} 1,984. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) sehingga menolak H_0 dan menerima H_1. Maka secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji t untuk variabel X_3 (kualitas pelayanan) pada tabel *Coefficients* diperoleh t_{hitung} 2,372 dan t_{tabel} 1,984. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,020 < 0,05) sehingga menolak H_0 dan menerima H_1. Maka secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mngetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.20
Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	225.878	3	75.293	20.823	.000[a]
Residual	347.122	96	3.616		
Total	573.000	99			

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, kualitasproduk, harga

b. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari tabel Anova uji F menghasilkan F_{hitung} sebesar 20,823 dengan nilai signifikansi (sig.) 0,000 dan F_{tabel} sebesar 2,70 dengan nilai sigifikansi 0,05. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (28,823> 2,70) maka menolak H_0 dan menerima H_1. Sehingga dapat diketahui bahwa secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan nilai signifikansinya, 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat tabel 4.21 dibawah ini:

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628[a]	.394	.375	1.902

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, kualitasproduk, harga
Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2019

Dari hasil tabel 4.21 dapat diketahui bahwa *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,394 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,375 . Hal ini berarti 37,5% peningkatan kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 62,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.