

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mebel Sumber Barokah

1. Sejarah Mebel Sumber Barokah

Mebel Sumber Barokah Berdiri Pada tahun 1995 di Kelurahan Wanasari Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi, Pemilik Mebel Sumber Barokah yaitu Bapak H.Oman. Mebel Sumber Barokah merupakan salah satu mebel Lokal yang ada di kelurahan wanasari yang sampai saat ini masih bertahan di banyaknya persaingan dengan mebel mebel asing. Mebel Sumber Barokah ini beralamat di kp.selang bojong Rt004/001 Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi.

Mebel Sumber Barokah bekerjasama dengan beberapa supplier untuk menyediakan bahan baku produk mebel yang di suplai dari kelender yang merupakan supplier bahan baku utama. Produk mebel sumber barokah memproduksi berupa Furniture yang bahan baku menggunakan Kayu jati.

Menurut Bapak H.Oman, “ide untuk mendirikan Mebel Karya Jaya muncul dari keinginannya untuk menghadirkan mebel dengan kualitas tinggi dan estetika yang indah bagi masyarakat di Wanasari. Ia melihat peluang untuk memanfaatkan keunggulan kayu jati sebagai bahan utama karena kekuatannya dan daya tahan terhadap kondisi lingkungan”.

Teknik produksi furniture ini masih dilakukan secara manual oleh mebel sumber barokah dari mulai membuat kerangka produk sampai pengecatan warna pada setiap produknya. Yaitu dengan

mengandalkan buatan tangan. sehingga nilai artistiknya tinggi dan tidak kalah saing dengan produk masa kini. sehingga dalam penjualannya tidak hanya di wilayah sekitar tetapi bisa menyebar luas sampai Jakarta hingga tanggerang.

2. Fitur Pada Mebel Sumber Barokah

Mebel Sumber Barokah memiliki beberapa fitur layanan, diantaranya sebagai berikut :

1. Terdapat Fitur layanan Kredit padaa mebel sumber barokah sehingga pelanggan bisa memiliki barang dengan cara pembayaran beransur – ansur.
2. Terdapat Sistem tabungan bagi para pelanggan remaja yang hendak menikah untuk memiliki barang tersebut.
3. Mebel sumber barokah juga memiliki fitur gratis ongkir untuk pengiriman SEJABODETABEK.
4. Proses pembelian dilakukan secara transparan, sehingga pembeli dapat melihat kualitas produk secara langsung mulai dari bahan mentah hingga bahan jadi.
5. Sistem pembayaran yang mudah, bisa melalui cash dan melalui rekening Bank/ATM.
6. Terdapat garansi perbaikan bagi produk selama 5 bulan bagi produk yang rusak atau pudar pada bagian warnanya.
7. Memberikan layanan konsultasi kepada pelanggan untuk membantu mereka memilih desain yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

B. Deskripsi Data dan Karakteristik Responden

1. Deskriptif Karakteristik Responden CV Mebel Sumber Barokah

Responden penelitian ini adalah pelanggan CV Mebel Sumber Barokah yang pernah membeli minimal Dua kali pembelian dan berusia minimal 25 tahun yang berjumlah 100 responden. Berdasarkan hasil dari penelitian responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden tersebut:

a. Karakteristik Responden CV Mebel Sumber Barokah

berdasarkan Jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki - Laki	48	48 %
2	Perempuan	52	52 %

Sumber : Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin pada CV Mebel Sumber Barokah berjenis kelamin laki laki terdapat 48 responden atau 48 % dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 52 responden atau 52 %. menunjukkan bahwa responden CV Mebel Sumber Barokah memiliki pelanggan yang tidak jauh berbeda antara perempuan dan laki laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	25-35	45	45 %
2	36-45	29	29 %
3	46-55	23	23 %
4	55-60	3	3 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data yang diolah 2024 .

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Dominasi Usia 25-35 Tahun Baik pada CV Mebel Sumber Barokah , kelompok usia 25-35 tahun mendominasi jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa produk mebel ini menarik bagi generasi muda yang aktif mencari perabotan untuk rumah mereka.

Hasil tersebut didukung dari hasil wawancara ke salah satu pembeli yang mengatakan “ Diusia 25- 35 tahun harus mempersiapkan prabotan untuk melaksanakan pernikahan, karena disaat ini tradisi pernikahan diwilayah ini selalau membawa seserahan, sehingga harus dipersiapkan secara matang “.

c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4. 3Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pedagang	39	39 %
2	Pegawai Swasta	39	39 %
3	PNS	5	5 %
4	Wiraswasta	17	17 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data yang diolah 2024

Tabel diatas memberikan gambaran jelas tentang karakteristik pembeli mebel dari Sumber Barokah berdasarkan jenis pekerjaan. Dominasi pedagang 39 % dan pegawai swasta 39% mencerminkan pola pembelian yang kuat di sektor informal dan swasta, sedangkan rendahnya jumlah PNS 5% menunjukkan bahwa mereka lebih berhati-hati dalam pengeluaran. Wiraswasta 17 % menunjukkan potensi pasar yang signifikan, mencari produk yang dapat mendukung kebutuhan bisnis mereka. Data ini dapat membantu Sumber Barokah dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memahami kebutuhan konsumen berdasarkan karakteristik pekerjaan mereka. pedagang dan wiraswasta yang lebih banyak, sementara CV Karya Jaya mungkin lebih mempertimbangkan kebutuhan dari pegawai swasta.

d. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan perbulan

Berdasarkan pendapatan Perbulan maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Presentase
1	< 1.000.000	2	2 %
2	> Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000	59	59 %
3	>.Rp.3.000.000 – Rp. 5.000.000	38	38 %
4	< Rp. 5.000 .000	1	1 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data yang diolah 2024

Data pendapatan per bulan pembeli mebel di Sumber Barokah menunjukkan bahwa mayoritas pembeli berada pada rentang pendapatan menengah, yaitu antara Rp. 1.000.000 hingga

Rp. 3.000.000. Hal ini memberikan indikasi bahwa Sumber Barokah berpotensi untuk menawarkan produk dengan harga yang sesuai dengan kapasitas pembeli mayoritas. Meskipun terdapat pembeli dengan pendapatan yang lebih tinggi, jumlah mereka sangat terbatas. Strategi pemasaran Sumber Barokah mungkin dapat difokuskan pada produk yang menargetkan kelas menengah untuk memaksimalkan penjualan, sementara juga mempertimbangkan cara untuk menarik konsumen dengan pendapatan lebih tinggi.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Data

Uji instrumen bertujuan untuk menguji pernyataan yang dibuat di dalam kuesioner atau *google form* dalam sebuah penelitian. Instrumen yang baik selain valid juga harus reliabel artinya dapat diandalkan. Adapun uji instrumen pada penelitian ini terdiri dari uji validitas dan realibilitas.

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	X1.1	0.837	0.196	Valid
	X2.1	0.780		Valid
	X3.1	0.744		Valid
	X4.1	0.649		Valid
Harga (X_2)	X2.1	0.878	0.196	Valid
	X2.2	0.871		Valid

	X2.3	0.885		Valid
	X2.4	0.870		Valid
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X3.1	0.663	0.196	Valid
	X3.2	0.713		Valid
	X3.3	0.712		Valid
	X3.4	0.675		Valid
	X3.5	0.742		Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0.839	0.196	Valid
	Y2	0.724		Valid
	Y3	0.831		Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25 (2024)

Dalam uji validitas, data dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel ($df = N-2$). Berdasarkan keterangan dari tabel di atas diketahui bahwa masing-masing dari nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,196) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X₁) Harga (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃) dan Kepuasan pelanggan (Y) pada kuesioner dalam data penelitian ini dapat dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Realibilitas

Pada penelitian ini hasil uji reliabilitas ditentukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*, berdasarkan pendapat dari Imam Ghozali jika nilai *Cronbach Alpha* pada uji reliabilitas adalah $>$ 0,7 maka item tersebut dapat dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0.897	0.7	Reliabel
Harga (X_2)	0.745		Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_3)	0.742		Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.713		Reliabel

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan keterangan pada tabel dapat diketahui bahwa jumlah nilai *Cronbach Alpha* dari variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0.897, variabel Harga (X_2) sebesar 0.745, variabel Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0.742 dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,713. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam semua pernyataan pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan handal atau dapat dipercaya sebagai alat pengukurannya.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan membaca nilai Sig (signifikansi). Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut gambar output hasil perhitungan uji normalitas :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04384747
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.058
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.136 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25 (2024)

Dari hasil uji tersebut, didapatkan nilai *Kolmogorov Smirnov* pada nilai signifikansi Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,135 yang berarti lebih besar dari nilai sig. 0,05 ($0,135 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

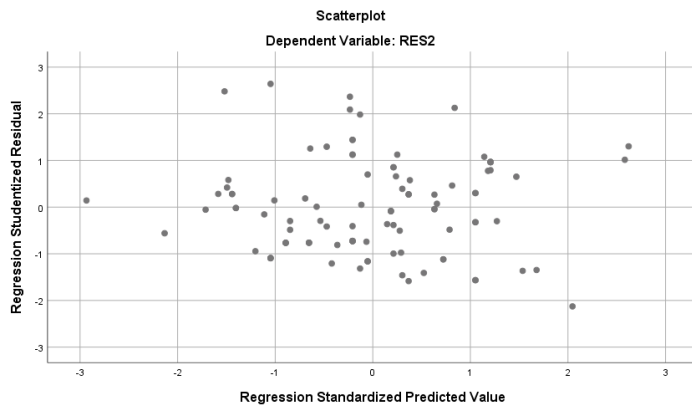
b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menggunakan metode informal, yaitu grafik dan Scatterplot, untuk mengetahui apakah model regresi penelitian ini memiliki heterokedastisitas atau tidak. Dasar analisisnya yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heterokedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Scatterplot Heterokedastisitas



Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25 (2024)

Bentuk gambar diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi gangguan heterokedastisitas.

c. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi diantaranya variabel bebas, dengan ketentuan :

- 1) Jika nilai $VIF > 10,00$ dan nilai *tolerance value* $< 0,01$ maka kesimpulan yang diambil terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $VIF < 10,00$ dan nilai *tolerance value* $> 0,01$ maka kesimpulan yang diambil tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk X	.500	2.000
	Harga	.497	2.013
	Kualitas Pelayanan	.989	1.011
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 2.000, variabel Harga (X_2) sebesar 2.013 dan variabel kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 1.011. Dari masing-masing variabel independen memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai 10,00. Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0.500, Harga (X_2) sebesar 0.497 dan kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0.989. Dari masing-masing variabel nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen yang di indikasikan dari nilai *tolerance* setiap variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00.

3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model regresi linier berganda yang digunakan adalah *impulsive buying* (Y) sebagai variabel dependen dan *influencer* (X_1) diskon (X_2) dan kemudahan bertransaksi (X_3) sebagai variabel independen. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui

pengaruh dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen. Adapun hasil uji analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.329	1.757		3.033	.003
	Kualitas Produk	.315	.085	.459	3.704	.000
	Harga	.160	.080	.248	1.996	.049
	Kualitas Pelayanan	.251	.056	.394	4.478	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda pada tabel 4.4 di atas maka dapat ditentukan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,329 + 0,315 + 0,160 + 0,251 + e$$

Pada persamaan regresi tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai sebesar 6,618 adalah konstanta atau keadaan saat variabel Kepuasan Pelanggan(Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan kualitas Pelayanan (X_3). Jika variabel tidak ada (nilainya 0) maka variabel terikat tidak mengalami perubahan.
2. Nilai β_1 koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,315 dapat diartikan bahwa koefisien regresi berpengaruh positif

terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang mana dapat diinterpretasikan bahwa apabila Kualitas Produk (X_1), ditingkatkan satu satuan maka Kualitas Produk (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,315.

3. Nilai β_2 koefisien regresi Harga (X_2) sebesar 0,160 dapat diartikan bahwa koefisien regresi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan(Y), yang mana dapat diinterpretasikan bahwa apabila Harga (X_2) ditingkatkan satu satuan maka Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,160.
4. Nilai β_3 koefisien regresi kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0,251 dapat diartikan bahwa koefisien regresi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang mana dapat diinterpretasikan bahwa apabila kemudahan bertransaksi (X_3) ditingkatkan satu satuan maka Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,251.

Dari persamaan regresi tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel bebas (X) yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel Kualitas Produk (X_1). Dapat disimpulkan bahwa setiap ada penurunan 100% dalam variabel terikatnya, maka variabel Kualitas Produk (X_1) akan mengalami peningkatan sebesar 0,351 dan pada variabel Harga (X_2) akan mengalami peningkatan sebesar 0,160. Sementara variabel kualitas Pelayanan (X_3) akan mengalami peningkatan sebesar 0,251.

a. Hasil Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Hasil uji

koefisien korelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4. berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Korelasi (R)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.263	.240	1.029
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan keterangan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa nilai R adalah 0,513 atau sebesar 51,3%. Dapat diartikan bahwa nilai tersebut berada pada rentang 0,40 – 0,599 yaitu sedang menurut interval korelasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas Produk (X_3) mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah.

b. Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) adalah perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh X_1 , X_2 , X_3 secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Akan tetapi, jika nilai *Adjusted R Square* semakin kecil, artinya kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas.

Hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut:

**Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi
(*Adjusted R Square*)**

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.263	.240	1.029
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2024)

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi di atas maka diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,263 atau sebesar 26,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 26,3%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 26,3\% = 73,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Variabel ini menunjukkan bahwa variabel kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai 26.3% terhadap kepuasan pelanggan pada produk. Ketiga variabel independen tersebut terbukti menjadi indikator yang kuat dalam banyak penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Penggunaan variabel-variabel ini sejalan dengan temuan terdahulu dan mendukung argumen bahwa variabel tersebut adalah elemen kunci dalam menganalisis kepuasan pelanggan.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Risatul Umami, As'at Rizal, Sumartik yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café dengan hasil yang menunjukkan 0.720 atau 74%, artinya penilaian kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang kuat untuk menjelaskan tentang variabel kepuasan pelanggan.

Penelitian serupa juga dilakukan Joko Bagio Santoso. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam) dengan hasil yang menunjukkan 0.527 atau 52,7%, artinya penilaian kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang kuat untuk menjelaskan tentang variabel kepuasan pelanggan. Oleh karena itu peneliti menggunakan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan untuk menganalisis apakah variabel tersebut merupakan variabel yang kuat untuk menjelaskan tentang variabel kepuasan pelanggan pada produk mebel.

4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan, sehingga harus diujikan kebenarannya secara empiris. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji t secara parsial dan uji F secara simultan.

Adapun hasil uji dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Hasil Uji Parsial (t)

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X_1 , X_2 , X_3) secara individual mempengaruhi variabel

dependent (Y). Hasil uji parsial (t) dalam penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.329	1.757		3.033	.003
	Kualitas Produk	.315	.085	.459	3.704	.000
	Harga	.160	.080	.248	1.996	.049
	Kualitas Pelayanan	.251	.056	.394	4.478	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui nilai signifikasi dan t hitung dari variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3). Untuk mencari t_{tabel} dilihat pada rumus $df = n - k$ atau *degree of freedom* = jumlah responden – jumlah variabel. Maka t_{tabel} pada penelitian ini adalah $df = 100 - 4 = 96$. Dengan hasil t_{tabel} berjumlah 96 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984.

Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) pada tabel 4., maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil pengujian uji t terhadap variabel Kualitas Produk (X_1) diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,704 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,704 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) maka Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- 2) Hasil pengujian uji t terhadap variabel Harga (X_2) diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,996 dengan nilai signifikansi sebesar 0,049. Dikarenakan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (1,996 > 1,984) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (0,049 < 0,05) maka Harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.
- 3) Hasil pengujian uji t terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X_3) diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,478 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4,478 > 1,984) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05) maka Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

b. Hasil Uji Simultan (F)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang ada dalam model regresi ini mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen. Berikut dapat dilihat pada tabel hasil uji f di bawah ini:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.349	3	12.116	11.443	.000 ^b
	Residual	101.651	96	1.059		
	Total	138.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga

Berdasarkan keterangan hasil uji F pada tabel di atas, maka diperoleh nilai dari F_{tabel} sebesar 2,70 sedangkan F_{hitung} sebesar 11,443 jika dibandingkan dengan F_{tabel} maka dapat dilihat bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ maka secara simultan variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistic diatas maka dapat diperoleh pembahasan mengenai variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian statistik dengan SPSS versi 25 dan bantuan *Microsoft Excel* hasil dengan uji parsial diperoleh nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $3.704 > 1,984$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). dengan demikian hal ini sejalan dengan hasil hipotesis H_1 yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Mebel Sumber Barokah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadhila Ilmi yang diterbitkan pada tanggal 6 juni 2021 dengan Judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan M22 Mini Café Surabaya)” yang menyatakan bahwa hasil dari pengujian H_1 pada penelitian tersebut diterima. Sehingga pernyataan tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan .⁵³

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian statistik dengan SPSS versi 25 dan bantuan *Microsoft Excel* hasil dengan uji parsial diperoleh nilai signifikan 0,049 lebih kecil dari taraf signifikan sebesar 0,05 atau $0,049 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $1,096 > 1,984$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian hal ini sejalan dengan hasil hipotesis H_2 yang menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Mebel Sumber Barokah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widyaningsih Putri Ariyanti, Haris Hermawan, Ahmad Izzudin yang diterbitkan pada 2022 dengan judul “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan” yang menyatakan bahwa hasil dari pengujian H_1 pada penelitian tersebut diterima. Sehingga pernyataan tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.⁵⁴

⁵³ Nadhila Ilmi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan M22 Mini Cafe Surabaya),” *Ilmu Dan Riset Manajemen* 10, no. 6 (2021): 1–15.

⁵⁴ Iman Rohiman et al., “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Acman: Accounting and Management Journal* 2, no. 1 (2022): 66–74, <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian statistik dengan SPSS versi 25 dan bantuan *Microsoft Excel* hasil dengan uji parsial diperoleh nilai signifikan 0,012 lebih kecil dari taraf signifikan sebesar 0,05 atau $0,012 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $2,553 > 1,984$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian hal ini sejalan dengan hasil hipotesis H_3 yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Mebel Sumber Barokah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumarsidi dan Atik Budi Paryanti yang diterbitkan pada Januari 2022 dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)” yang menyatakan bahwa hasil dari pengujian H_1 pada penelitian tersebut diterima. Sehingga pernyataan tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.⁵⁵

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian statistik dengan SPSS versi 25 dan bantuan *Microsoft Excel* telah diperoleh hasil uji F (simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11,443 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai F_{hitung} ($11,443$) $> F_{tabel}$ ($2,70$) dan nilai sig

⁵⁵ Sumarsidi dan Atik Budi Paryanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi).” *Jurnal Ilmiah M-Progress*, VOL.12, NO. 1, Januari 2022

$0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa variabel bebas Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) diperoleh nilai sebesar 0,668 atau 66,8% artinya bahwa pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0,263 atau 26,3% sedangkan sisanya 73,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian. Hal tersebut sejalan dengan hasil hipotesis H_4 yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV Mebel Sumber Barokah.