

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **Sejarah Terbentuknya Kegiatan Usaha**

Pesatnya perkembangan dunia *fashion* terutama yang sedang melanda anak muda, menyebabkan kebutuhan akan ketersediaan *fashion* semakin meningkat. Ini bisa dilihat dengan begitu maraknya pusat perbelanjaan yang menjual dan mengiklankan bermacam-macam gaya *fashion*.

Gaya *fashion* yang bervariasi menjadi kebutuhan tersendiri bagi masyarakat. Pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*)'. Yang di dalamnya membawa suatu pesan dan gaya hidup suatu masyarakat atau komunitas tertentu. Lebih spesifiknya pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi. Hal ini membuat peluang usaha sablon semakin meningkat.

Dengan adanya teknologi baru dalam dunia sablon yang berupa *digital printing* semakin mempermudah dan memperindah hasil sablonan. Hasil sablon *digital*

*printing* terlihat lebih halus dan lebih rapih dibanding dengan hasil sablonan yang konvensional.

Sampai saat ini masih jarang konveksi yang menggunakan *digital printing*. Usaha ini pun bisa dikembangkan diberbagai segmen, mulai dari masuk ke dunia sekolahan biasa SMP, SMA, dan sekolah tinggi. Kemudian bisa masuk dalam bidang politik berupa kaos partai atau kaos kampanye serta kelompok pecinta musik.

Bisnis ini tergolong bisnis yang hanya bisa ditangani oleh orang-orang profesional sehingga jarang tiruan bisnis seni seperti ini. Hal ini menjadikan pesaing bisnis masih sangat sedikit sedangkan peluang usaha sangat besar.

Melihat peluang itu dan melihat potensi yang dimiliki, menjadikan Ahmad Noval (usahawan muda) menggagas dan menekuni bisnis ini lebih lanjut. Setelah beberapa kali bertransfortasi nama dari Central kreasi yang beralamat di Kp. Ketug Pabuaran Rt. 05/01 Desa Citeras kec. Rangkasbitung Lebak Banten, hingga akhirnya Nebas Sablon menjadi pilihan untuk nama kegiatan usaha yang di tekuni Ahmad Noval.

Kegiatan usaha yang ditekuni Ahmad Noval ini terbilang masih berumur jagung berdiri sejak tahun 2010 dan masih dalam fase perkembangan, akibatnya kegiatan usaha ini tidak memiliki tempat yang tetap dan sering berpindah-pindah.

Jenis produk yang ditawarkan adalah jasa sablon kaos dan seragam sekolah. Jasa sablon kreatif yang Nebas Sablon tawarkan memiliki kreatifitas tinggi. Menggunakan alat modern yaitu *sablon digital* sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih halus dan memiliki resolusi yang lebih tinggi dibanding sablon yang menggunakan metode konvensional. Motivasi mendirikan usaha jasa sablon, menjadi manusia kreatif, inovatif dan bermanfaat mulai dari diri sendiri, keluarga, dan lingkungan sekitar, menciptakan lapangan pekerjaan (*job creator*) yang baru.

## **B. Deskripsi Analisis Variabel**

### **Rekapitulasi Hasil Kuesioner**

- a. Data Pengaruh Kualitas Produk (sablon) pada Nebas Sablon cabangt Rangkasbitung.

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada 60 responden diperoleh data kualitas produk (sablon) yang disajikan dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 2.1**  
**Rekapitulasi hasil kuesioner**  
**Pengaruh Kualitas Produk (sablon)**  
**(Variabel X<sub>1</sub>)**

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Skor
1	5	4	5	3	4	21
2	5	4	4	5	2	20
3	4	3	3	4	2	16
4	3	3	3	3	4	16
5	5	4	3	4	2	18
6	4	4	5	5	2	20
7	3	3	3	3	3	15
8	2	3	3	4	4	16
9	3	3	4	4	4	18
10	5	4	4	5	2	20
11	4	3	3	4	2	16
12	3	3	3	3	4	16
13	5	4	3	4	2	18
14	4	4	5	5	2	20
15	3	3	3	3	3	15
16	2	3	3	4	4	16
17	5	4	5	3	4	21
18	5	4	4	5	2	20
19	4	3	3	4	2	16
20	3	3	3	3	4	16
21	5	4	3	4	2	18
22	4	4	5	5	2	20

23	3	3	3	3	3	15
24	2	3	3	4	4	16
25	3	3	4	4	4	18
26	5	4	4	5	2	20
27	4	3	3	4	2	16
28	3	3	3	3	4	16
29	5	4	3	4	2	18
30	4	4	5	5	2	20
31	4	4	4	5	5	22
32	4	4	4	4	5	21
33	5	5	5	4	4	23
34	5	5	5	4	4	23
35	5	4	5	5	4	23
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20
38	4	5	4	5	4	22
39	5	5	4	4	5	23
40	5	4	5	4	5	23
41	5	5	5	4	5	24
42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	5	5	22
44	5	5	4	5	5	24
45	5	5	4	4	4	22
46	5	5	4	5	5	24
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	5	5	22
49	5	4	5	5	4	23
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	4	4	23
52	5	5	4	4	4	22
53	5	4	5	4	5	23
54	4	4	4	5	5	22
55	5	4	5	5	5	24
56	5	5	5	5	5	25

57	5	5	4	4	5	23
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	5	4	5	4	5	23

**(Sumber: Data kuesioner yang diolah)**

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat diketahui bahwa hasil responden dengan nilai terkecil adalah 15 Sedangkan nilai terbesar adalah 25.

b. Data Pengaruh Layanan pada Nebas Sablon Cabang

Rangasbitung.

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada 60 responden diperoleh data pengaruh layanan yang disajikan dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 2.2**  
**Rekapitulasi hasil kuesioner**  
**Pengaruh Layanan**  
**(Variabel X<sub>2</sub>)**

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Skor
1	5	5	3	4	4	21
2	4	5	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	16
4	3	4	3	3	3	16
5	4	4	3	3	3	17
6	4	3	3	3	2	15
7	3	4	3	3	3	16
8	3	4	3	3	3	16

9	4	4	3	3	3	17
10	5	5	3	4	4	21
11	3	4	3	3	3	16
12	4	4	3	3	3	17
13	4	3	3	3	2	15
14	3	4	3	3	3	16
15	3	4	3	3	3	16
16	4	4	3	3	3	17
17	4	3	3	3	2	15
18	3	4	3	3	3	16
19	3	4	3	3	3	16
20	4	4	3	3	3	17
21	5	5	3	4	4	21
22	3	4	3	3	3	16
23	4	4	3	3	3	17
24	4	3	3	3	2	15
25	3	4	3	3	3	16
26	3	4	3	3	3	16
27	4	4	3	3	3	17
28	5	5	3	4	4	21
29	3	4	3	3	3	16
30	4	4	3	3	3	17
31	5	5	5	4	5	23
32	5	4	5	4	5	24
33	4	4	5	5	5	23
34	4	5	4	5	4	23
35	5	5	4	4	4	22
36	5	5	5	5	5	20
37	4	4	4	4	4	25
38	4	5	4	5	4	23
39	4	4	5	5	4	23
40	4	4	5	5	4	23
41	5	4	5	4	5	21
42	4	4	4	4	4	23

43	4	4	5	5	4	23
44	4	5	4	5	4	21
45	5	4	5	4	4	23
46	4	4	4	4	4	25
47	5	5	5	5	5	22
48	5	5	4	4	5	21
49	4	4	4	4	4	23
50	4	4	4	4	4	25
51	4	4	4	5	5	24
52	4	4	4	5	5	23
53	5	4	5	4	5	22
54	5	4	5	4	5	22
55	4	5	4	5	4	25
56	4	5	4	5	4	23
57	5	5	4	5	5	22
58	4	4	4	4	4	25
59	4	4	4	4	4	25
60	5	4	5	4	5	23

**(Sumber: Data kuesioner yang diolah)**

Berdasarkan tabel 2.2 diatas dapat diketahui bahwa hasil responden dengan nilai terkecil adalah 15 Sedangkan nilai terbesar adalah 25.

c. Data Kepuasan Konsumen

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada 60 responden diperoleh data kepuasan konsumen yang disajikan dalam tabel sebagai berikut.



**Tabel 2.3**  
**Rekapitulasi hasil kuesioner**  
**Kepuasan**  
**(Variabel Y)**

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Skor
1	5	5	4	5	5	24
2	5	3	4	5	5	22
3	4	2	4	5	5	20
4	4	3	2	4	4	17
5	4	3	3	5	5	20
6	4	3	3	4	4	18
7	5	3	4	5	5	22
8	4	2	4	5	5	20
9	4	3	2	4	4	17
10	5	5	4	5	5	24
11	5	3	4	5	5	22
12	4	2	4	5	5	20
13	4	3	2	4	4	17
14	4	3	2	4	4	17
15	5	5	4	5	5	24
16	5	3	4	5	5	22
17	4	3	3	4	4	18
18	5	3	4	5	5	22
19	4	2	4	5	5	20
20	4	3	2	4	4	17
21	5	5	4	5	5	24
22	5	3	4	5	5	22
23	4	2	4	5	5	20
24	4	3	2	4	4	17
25	4	3	2	4	4	17
26	5	5	4	5	5	24
27	4	3	3	4	4	18
28	5	3	4	5	5	22

29	4	2	4	5	5	20
30	4	3	2	4	4	24
31	5	5	5	4	5	24
32	5	4	5	4	5	23
33	4	4	5	5	5	23
34	4	5	4	5	4	22
35	5	5	4	4	4	22
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20
38	4	5	4	5	4	22
39	4	4	5	5	4	22
40	4	4	5	5	4	22
41	5	4	5	4	5	23
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	5	5	4	22
44	4	5	4	5	4	22
45	5	4	5	4	4	22
46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	4	4	5	23
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	5	5	22
52	4	4	4	5	5	22
53	5	4	5	4	5	23
54	5	4	5	4	5	23
55	4	5	4	5	4	22
56	4	5	4	5	4	22
57	5	5	4	5	5	24
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	5	4	5	4	5	23

(Sumber: Data kuesioner yang diolah)

Berdasarkan tabel 2.3 diatas dapat diketahui bahwa hasil responden dengan nilai terkecil adalah 17 Sedangkan nilai terbesar adalah 25.

**Tabel 2.4**  
**Hasil Rekapitulasi Kuesioner**  
**(Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y)**

Responden	Skor	Skor	Skor
1	21	21	24
2	20	18	22
3	16	16	20
4	16	16	17
5	18	17	20
6	20	15	18
7	15	16	22
8	16	16	20
9	18	17	17
10	20	21	24
11	16	16	22
12	16	17	20
13	18	15	17
14	20	16	17
15	15	16	24
16	16	17	22
17	21	15	18
18	20	16	22
19	16	16	20
20	16	17	17
21	18	21	24
22	20	16	22
23	15	17	20
24	16	15	17

25	18	16	17
26	20	16	24
27	16	17	18
28	16	21	22
29	18	16	20
30	20	17	24
31	22	23	24
32	21	24	23
33	23	23	23
34	23	23	22
35	23	22	22
36	25	20	25
37	20	25	20
38	22	23	22
39	23	23	22
40	23	23	22
41	24	21	23
42	25	23	20
43	22	23	22
44	24	21	22
45	22	23	22
46	24	25	20
47	20	22	25
48	22	21	23
49	23	23	20
50	25	25	20
51	23	24	22
52	22	23	22
53	23	22	23
54	22	22	23
55	24	25	22
56	25	23	22
57	23	22	24
58	20	25	20

59	20	25	20
60	23	23	23

(Sumber: Data kuesioner yang diolah)

Dalam menganalisis ada tidaknya pengaruh variable kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, penulis menggunakan alat analisis SPSS 16.0 pada penelitian ini.

### C. Evaluasi Terknik Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

**Tabel 2.5**  
**Hasil Analisis Item Instrumen Kualitas Produk**

No Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>table</sub>	Keterangan
1	0,739	0.214	Valid
2	0,884	0.214	Valid
3	0,829	0.214	Valid
4	0,593	0.214	Valid
5	0,598	0.214	Valid

Dari tabel tersebut disimpulkan bahwa variable  $X_1$  memiliki tingkat validitas yang cukup dengan *item* pertanyaan valid sebanyak 5 butir.

**Tabel 2.6**  
**Hasil Analisis Instrument Pelayanan**

No Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>table</sub>	Keterangan
1	0,829	0.214	Valid
2	0,696	0.214	Valid
3	0,886	0.214	Valid
4	0,918	0.214	Valid
5	0,923	0.214	Valid

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa variable  $X_2$  memiliki tingkat validitas yang tinggi, dengan *item* pertanyaan Valid sebanyak 5 butir.

**Tabel 2.7**  
**Hasil Instrument Kepuasan Konsumen**

No Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>table</sub>	Keterangan
1	0,712	0.214	Valid
2	0,662	0.214	Valid
3	0,827	0.214	Valid
4	0,453	0.214	Valid
5	0,603	0.214	Valid

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variable Y memiliki tingkat validitas yang cukup, dengan *item* pertanyaan Valid sebanyak 5 butir.

## b. Uji Realibilitas

**Tabel 2.8**  
**Data Hasil Uji Reliabilitas Variable Kualitas Produk Pada**  
**Nebas Sablon**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Hasil pengolahan SPSS 16,0**

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa data atau *case* yang valid jumlahnya 60 dengan presentase 100% dan *Excluded<sup>a</sup>* sebesar 0% ini berarti tidak ada data yang dikeluarkan atau dibuang.

**Tabel 2.9**  
**Data Nilai *croanbach alpha***  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	5

**Hasil SPSS 16.0**

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *croanbach alpha* adalah 0.747 adalah baik. Karena lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  yang sebesar 0.214.

**Tabel 2.10**  
**Data Hsail Uji Reliabilitas Variabel pelayanan pada Nebas**  
**Sablon**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Hasil pengolahan SPSS 16.0

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa data atau *case* yang valid jumlahnya 60 dengan presentase 100% dan *Excluded<sup>a</sup>* sebesar 0% ini berarti tidak ada data yang dikeluarkan atau dibuang.

**Tabel 2.11**  
**Data Nilai *croanbach alpha***  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	5

### Hasil SPSS 16.0



Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *croanbach alpha* adalah 0.906 adalah baik. Karena lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  yang sebesar 0.214.

**Tabel 2.12**  
**Data Hasil Uji Reliabilitas Variabel kepuasan Konsumen**

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Hasil pengolahan SPSS 16.0

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa data atau *case* yang valid jumlahnya 60 dengan presntase 100% dan *Excluded<sup>a</sup>* sebesar 0% ini berarti tidak ada data yang dikeluarkan atau dibuang.

**Tabel 2.13**  
**Data Nilai *croanbach alpha***  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	5

### Hasil SPSS 16.0

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *croanbach alpha* adalah 0.642 adalah baik. Karena lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  yang sebesar 0.214.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**Tabel 2.14**  
**Output SPSS Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03358242
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		1.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.210

a. Test distribution is Normal.

Tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai kolmogorov-simirnov adalah 0,1.062 dan taraf signifikan sebesar 0,210 yang berada diatas 0,05. Dengan demikian nilai residual terdistribusi normal sehingga model penelitian dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

## b. Uji Multikolineritas

**Tabel 2.15**  
**Hasil Uji Multikolineritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.876	1.829			
x1	.128	.128	.175	.468	2.136
x2	.189	.114	.290	.468	2.136

a. Dependent Variable:

y

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua variable bebas memiliki angka FIV < 10, yaitu untuk variabel kualitas ( $X_1$ ) sebesar 2.136 dan variabel pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 2.136. Melihat hasil VIF pada semua variabel penelitian yaitu < 10, maka data-data penelitian digolongkan tidak terdapat gangguan multikolineritas dalam model regresinya.

## 3. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 2.16**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
Constant	14.876	1.829			
x1	.128	.128	.175	.468	2.136
x2	.189	.114	.290	.468	2.136

a. Dependent Variable:

y

**Hasil Pengolahan SPSS 16.0**

Dari tabel 2.16 diperoleh hasil regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 14.876 + 0,128 x_1 + 0,189 x_2$$

Pembahasan model regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta sebesar 14.876 menunjukkan jika perusahaan tidak memperhatikan Kualitas Produk dan Layanan, maka akan ada kemungkinan kepuasan konsumen sebesar 14.876.
2. Koefisien regresi kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,128 memiliki hubungan yang positif yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 poin kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen dengan asumsi jika faktor lain tetap. Koefisien yang bernilai positif berarti bahwa terjadi hubungan yang positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Semakin meningkat kualitas produk maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi Layanan ( $X_2$ ) sebesar 0,189 memiliki hubungan yang positif yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 poin kualitas produk akan meningkatkan kepuasan

konsumen dengan asumsi jika faktor lain tetap. Koefisien yang bernilai positif berarti bahwa terjadi hubungan yang positif antara layanan terhadap kepuasan konsumen. Semakin meningkat layanan maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji t**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Maka harus dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan atau menggunakan hasil yang diperoleh tersebut dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dan  $t_{tabel}$  dicari dengan menggunakan nilai signifikansi  $\alpha = 0,1/2 = 0,05$ , derajat kebebasan  $df = 60-2-1 = 57$ , maka diperoleh  $t_{tabel} = 1,672$ . Dilihat dari uji t dengan menggunakan SPSS 16.0 hasilnya sebagai berikut.

**Tabel 2.17**  
**Hasil uji t Variabel X<sub>1</sub>**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

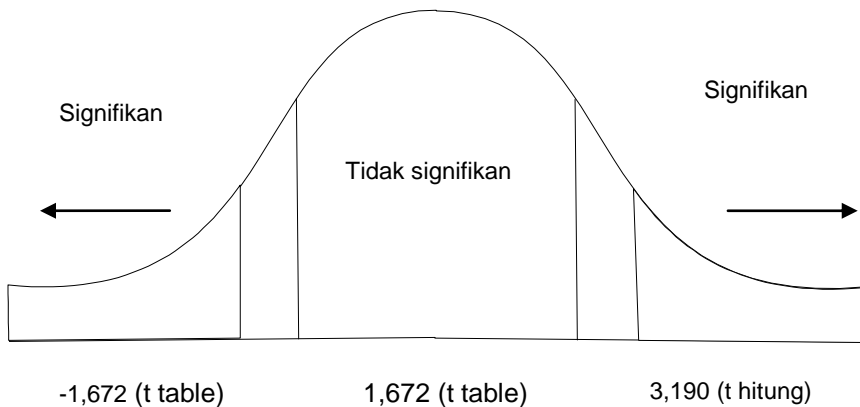
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.502	1.817		8.532	.000
	x1	.284	.089	.386	3.190	.002

a. Dependent Variable: y

### Hasil Pengolahan SPSS 16.0

Tabel diatas menunjukkan variabel pertama kualitas produk (X<sub>1</sub>) yang memiliki t hitung sebesar 3.190 > 1,672 (t tabel) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima.

Kesimpulan: Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



**Gambar 2.1**  
**Uji t Variabel X<sub>1</sub>**

**Tabel 2.18**  
**Hasil uji t Variabel X<sub>2</sub>**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

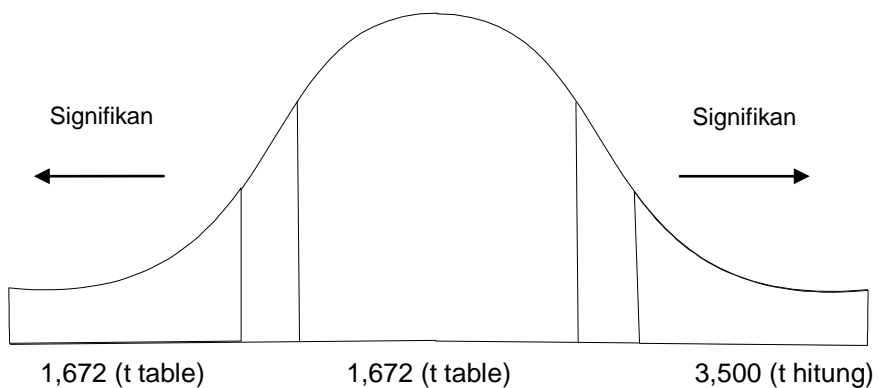
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.815	1.571		10.067	.000
x2	.272	.078	.418	3.500	.001

a. Dependent Variable: y

### Hasil Pengolahan SPSS 16.0

Tabel diatas menunjukan variabel pertama kualitas produk (X<sub>2</sub>) yang memiliki t hitung sebesar 3.500 > 1,672 (t tabel) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima.

Kesimpulan: Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



**Gambar 2.2**

**Uji t Variabel X<sub>2</sub>**

## b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Pengujian pengaruh variabel bebas ( kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara simultan atau bersama dengan menggunakan uji F.

**Tabel 2.19**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	56.741	2	28.371	6.628	.003 <sup>a</sup>
Residual	243.992	57	4.281		
Total	300.733	59			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

### Hasil Pengolahan SPSS 16.0

Hasil perhitungan diperoleh hasil F hitung sebesar 6.628 dimana  $6.628 > 2,40$  ( $df_1 = k-1=3-1=2$ ,  $df_2 = n- k = 60-3=57$ ) dengan signifikansi 0,1 maka F tabelnya 2,40 dan tingkat signifikansi sebesar 0,003 dimana  $0,003 < 0,1$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



Kesimpulan: variabel bebas (kualitas produk dan pelayanan) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

**c. Koefisien Korelasi (R)**

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak, koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y).

**Tabel 2.20**

**Hasil Uji Koefisien  
Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.434 <sup>a</sup>	.189	.160	2.069	2.204

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

**Hasil Pengolahan SPSS 16.0**

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R (koefisien korelasi) sebesar 0,434. Hali ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

**d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur proposi atau presentase sumbangan variabel bebas, yaitu variabel kepuasan konsumen ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel teikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) secara bersama-sama.

**Tabel 2.21**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>p</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.434 <sup>a</sup>	.189	.160	2.069	2.204

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

**Hasil Pengolahan SPSS 16.0**

Adapun angka R Square dalam tabel model summary yaitu didapat R Square sebesar 0.189 atau 18,9%. Nilai ini didapat dari pengkuadratan R. R Square adalah koefisien determinasi yang dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 18,9%. Sedangkan sisanya 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Adapun faktor-faktor lain menurut konsumen setelah diwawancarai peneliti diantaranya, konsumen adalah pelanggan tetap, pemilik usaha adalah saudara dekat serta jarak lokasi yang dekat.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $3.190 > 1,672$  ( $t$  tabel) dengan tingkat

signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $3,500 > 21,672$  ( $t_{table}$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan, variabel bebas (kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara simultan, diperoleh hasil  $f_{hitung}$  sebesar  $6,628$  dimana  $6,628 > 3,16$  ( $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ ,  $df_2 = n - k = 60 - 3 = 57$  dengan signifikansi  $0,05$  maka  $f_{tabel}$ nya  $3,16$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,003$  dimana  $0,003 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Terdapat pengaruh sedang, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar  $18,9\%$  pada konsumen Nebas Sablon dengan nilai  $R^2$   $0,189$ .

## **E. Hubungan Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Pada suatu produk, kualitas produk dan pelayanan dapat menimbulkan suatu keinginan yang dapat mendorong seseorang atau konsumen untuk memilih mengkonsumsi atau menggunakan jasa suatu produk.

Dalam hal ini kualitas produk dan layanan dapat diaplikasikan untuk memikat para konsumen agar menyukai dan timbul rasa untuk memiliki produk yang telah menyajikan kualitas dan pelayanan yang baik, demi memikat para konsumen.

Kualitas merupakan hal yang dirasakan bukan dikomunikasikan. Kesan terhadap kualitas yang diperoleh melalui pengalaman konsumen dimasa lalu yang menganggap produk itu baik atau tidak baik. Jika kualitas produk dan pelayanan suatu perusahaan baik, maka akan jadi pelindung terutama jika perusahaan pernah melakukan kesalahan-kesalahan kecil.

Oleh karena itu, membentuk image yang baik perlu bagi suatu perusahaan agar kepercayaan konsumen dapat terjaga, dan dapat memupuk loyalitas konsumen, apabila perusahaan mampu menampilkan suatu yang dapat menimbulkan persepsi yang positif, maka konsumen akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

#### **F. Prespektif Ekonomi Islam**

##### **Kualitas Produk dan Layanan Dalam Prespektif Ekonomi Islam**

Islam mencakup seluruh aspek kehidupan manusia (*kaffah*). Diantaranya aspek yang tercakup dalam ajaran Islam adalah tuntunan tentang ekonomi, yang mencakup aspek produksi, distribusi, dan konsumsi. Dua aspek ekonomi yang penting dari ketiga aspek tersebut adalah aspek produksi dan konsumsi, seluruh kegiatan produksi terikat pada tataran nilai moral dan teknikal yang Islami, sejak dari kegiatan mengorganisir faktor produksi, proses produksi hingga pemasaran dan pelayanan kepada konsumen semuanya harus mengikuti moralitas Islam.

Dalam sistem ekonomi Islam tidak semua barang dapat diproduksi atau dikonsumsi. Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang “silah” atau komoditas dalam dua katgori:

- a. Barang-barang yang disebut Al-Qur’an Thayyibat yaitu barang-barang yang secara hukum halal dikonsumsi dan diproduksi.
- b. Khabaits adalah barang-barang yang secara hukum haram dikonsumsi dan diproduksi.

Seperti penegasan Al-Qur’an dalam Surat Al-Araf Ayat 157:

... وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتِ ...

“.....Dan menghalalkan bagi mereka segala hal yang baik dan menghalalkan bagi mereka yang buruk.....”

Ayat diatas menunjukkan bahwa Islam memperbolehkan memproduksi barang-barang yang halal, dengan kata lain jika barang yang diproduksi halal maka sudah pasti barang tersebut berkualitas.

Jual beli dan hak pilih merupakan salah satu bentuk mua’amalah yang dibahas dan diatur dalam syari’at Islam.

Kebutuhan manusia tidak mungkin dapat dipenuhi sendiri tanpa adanya bantuan orang lain, agar tidak dilumuri oleh praktek kotor dalam jual beli yang halal itu, maka Allah mengutus Nabi Muhammad saw. Sebagai Rasul-Nya untuk memberikan tuntunan praktis terhadap pembeli dan penjual, serta barang-barang yang boleh diperjual-belikan dan yang dilarang diperdagangkan.<sup>39</sup>

Selain barang yang halal, Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan, baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada konsumen.

Dalam Islam kualitas pelayanan yang baik mampu mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen melalui sikap ramah dan kepedulian yang tinggi. Hal ini berkaitan dengan surat Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

---

<sup>39</sup> Sohari. DjalilAfif. Syafi'i, *Hadis Tematik*, (Jakarta: Diadit Media, 2006), 81.



...وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ...

*“...Jangan lah kamu memilih yang buruk lalu kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan)terhadapnya...”<sup>40</sup>*

Kualitas pelayanan diantaranya informasi tentang produk sebagaimana dalam Al-Qur’an Q.S Al-An’am ayat 143:

...نَبِّئُونِي بِعِلْمٍ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ...

*“....terangkanlah kepadaku dengan berdasarkan pengetahuan jika memang orang-orang yang benar....”*

Ayat diatas menunjukkan bahwa untuk meyakinkan seseorang haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data dan fakta. Jadi data dan fakta lebih berpengaruh untuk meyakinkan konsumen atas kualitas produk.

---

<sup>40</sup> Departemen Agama, *Al-qur’an dan Terjemahnya*, (Bogor :Lembaga percetakan Al-Qur’an, 2010), hlm. 854