

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Toko Baju Cilapop

Nama : Cilapop
Alamat : Jln. Yumaga no.43 Benggala, Kota Serang, Prov. Banten
Email : Cilapop.kiby@gmail.com
Website : Instagram @cilapop.kiby

2. Sejarah Berdirinya Toko Baju Cilapop

Pada pertengahan tahun 1990, perkembangan perusahaan *clothing* atau distro mulai mengalami puncaknya pada tahun 1996-1998. Masa itu adalah masa di mana distro yang menjual produk lokal mulai bermunculan. Adapun orang yang menjual kaos-kaos distro biasa dikenal dengan istilah vendor. Istilah *clothing* atau distropun kemudian mengalami perkembangan yang signifikan. Distro menjadi tempat yang diminati karena adanya sesuatu yang unik dan menarik dari barang yang diproduksinya. Barang yang unik mampu membedakan mereka dengan yang lain.

Secara keseluruhan perkembangan vendor distro di Indonesia tetap memberikan pengaruh positif bagi perkembangan *trend* dan *fashion*. Pengaruh yang positif inipun mampu memberi sebuah motivasi tentang adanya independensi dalam mendirikan sebuah usaha.

Dengan semakin berkembangnya dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan *fashion*, maka kami berinisiatif untuk membuka suatu usaha toko baju yang *up to date* dan mengerti akan kebutuhan masyarakat.

Toko ini berdiri pada 24 April tahun 2008 atas kerjasama dua orang yang bernama Nurlaili Qodriah dan Anita Anugrah yang memiliki hobi dan kegemaran yang sama dalam bidang fashion khususnya pakaian anak-anak, karena sering bertemu dalam berbagai kegiatan di bidang fashion dan desain, generasi muda ini mencetuskan dengan mendirikan sebuah usaha ritel pakaian yang dinamakan Toko Baju Cilapop. Toko Baju Cilapop didirikan untuk memelopori kecintaan masyarakat dalam bidang fashion yang *up to date* tanpa melupakan corak dan ciri khas Indonesia.

3. Visi dan Misi Toko Baju Cilapop

Visi merupakan gambaran masa depan mengenai kondisi yang hendak dicapai dan potensial untuk terwujud. Dalam hal ini visi dari Toko Baju Cilapop adalah sebagai berikut:

“Mitra dan solusi bagi masyarakat dengan memberikan pelayanan atas kebutuhan dalam hal fashion yang up to date untuk memberikan warna dan gaya dalam kehidupan”.

Sedangkan misi adalah tujuan, sasaran atau sesuatu yang hendak dicapai. Misi Toko Baju Cilapop antara lain:

- 1) Memberikan dan menerapkan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada para konsumen.
- 2) Kepuasan konsumen merupakan prioritas.
- 3) Menyediakan barang *branded* baik lokal maupun internasional.
- 4) Menciptakan dan menggali peluang pasar yang potensial.
- 5) Memacu kreativitas dan aktivitas dalam produksi dan penjualan yang berkualitas.
- 6) Mendorong berkembangnya ekonomi kreatif dan sektor usaha kecil dan menengah.

B. Gambaran Umum Responden

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang ditetapkan sebanyak 52 orang konsumen Toko Baju Cilapop. Perhitungan jumlah responden tersebut didasarkan pada rumus *slovin* dari populasi sebanyak 110 orang konsumen, sehingga didapat responden sebanyak 52,3 yang dibulatkan menjadi 52 orang konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 52 responden melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut:

1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	13	25%
2	Perempuan	39	75%
Total		52	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25% atau 13 responden, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 75% atau 39 responden. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden dengan jenis kelamin laki-laki.

1.2 Responden Menurut Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 20 Tahun	12	23,07%
2	21 – 30 Tahun	20	38,46%
3	31 – 40 Tahun	15	28,85%
4	> 40 Tahun	5	9,62%
Total		52	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia responden yang berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 23,07% atau 12 orang responden.

Usia 21-30 tahun sebanyak 38,46% atau 20 orang responden. Usia 31-40 tahun sebanyak 28,85% atau 15 orang responden. Usia diatas 40 tahun sebanyak 9,62% atau 5 orang responden. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Toko Baju Cilapop didominasi oleh konsumen dengan usia antara 21 sampai dengan 30 tahun.

1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD	9	17,31%
2	SMP	7	13,46%
3	SMA	13	25%
4	Diploma	6	11,54%
5	Sarjana	17	32,69%
Total		52	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menempuh pendidikan sampai dengan jenjang pendidikan SD sebanyak 17,31% atau 9 orang responden, sampai dengan jenjang SMP sebanyak 13,46% atau 7 orang responden, sampai dengan jenjang SMA sebanyak 25% atau 13 orang responden, sampai dengan jenjang Diploma sebanyak 11,54% atau 6 orang responden, sampai dengan jenjang Sarjana sebanyak 32,69% atau 17 orang responden. berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 23,07% atau 12 orang responden. Dari data terssbut dapat

disimpulkan bahwa konsumen Toko Baju Cilapop didominasi oleh konsumen dengan jenjang pendidikan terakhir Sarjana.

1.4 Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	PNS	9	17,31%
2	Wiraswasta	36	69,23%
3	Pelajar	7	13,46%
Total		52	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 17,31% atau 9 orang responden, yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 69,23% atau 36 orang responden, yang berstatus sebagai pelajar sebanyak 13,46% atau 7 orang responden. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Toko Baju Cilapop didominasi oleh konsumen dengan pekerjaan sebagai wiraswasta.

2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Berikut ini adalah rekapitulasi hasil (*output*) kuesioner yang dibagikan kepada 52 orang responden konsumen Toko Baju Cilapop Serang.

Tabel 4.5
Rekapitulasi Hasil Kuesioner
Data Skor Variabel Strategi Penetapan Harga
Variabel X

No	Nama	Nomor Item								Total X
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Santa	3	5	4	4	5	4	3	4	32
2	Rudianto	5	5	3	3	2	2	3	3	26
3	Fatimah	4	3	3	4	3	3	4	3	27
4	Siti Julaeha	3	4	3	3	5	4	3	4	29
5	Hj. Maemunah	3	3	3	3	3	4	4	3	26
6	Sutini	4	4	3	3	4	3	4	4	29
7	Rukmini	3	3	4	4	2	3	3	3	25
8	Mila	4	4	5	4	4	4	5	4	34
9	Eka Yuningsih	3	3	4	3	4	3	3	4	27
10	Komala Sari	3	3	3	4	4	3	3	3	26
11	Titik Mustikawati	3	4	3	3	4	4	3	4	28
12	Bunga Stevia	5	4	5	4	3	5	5	4	35
13	Gilang	4	4	3	4	4	4	3	3	29
14	Aryati	4	4	3	4	4	4	4	3	30
15	Ahmad Juhdi	3	4	3	4	3	4	3	4	28
16	Kokom Komariah	4	3	4	3	4	4	4	3	29
17	Neneng Hasanah	5	4	5	5	5	3	3	4	34
18	Riska Pratiwi	4	4	4	3	4	4	4	3	30
19	Susi Susilawati	5	4	5	4	4	3	3	4	32

20	Ricky Maeful N.H	3	4	4	3	5	5	4	5	33
21	Ahmad Rifki	4	3	4	3	5	3	5	4	31
22	Sherly Agustiani	3	4	3	4	5	4	3	4	30
23	Sri Handayani	3	3	2	3	2	2	4	4	23
24	Ikoh	3	3	4	5	5	2	3	3	28
25	Saeful	5	3	4	5	3	5	3	4	32
26	Ririn Angraeni	4	4	2	3	3	3	4	3	26
27	Ifat Solihat	3	3	3	4	5	4	5	3	30
28	Mala Triyana	5	5	5	5	3	3	5	4	35
29	Yulia Sumiardi	3	4	4	3	4	3	4	3	28
30	Asep Sutisna	4	4	4	4	3	3	5	3	30
31	Ahmad Mahsuni	4	3	4	3	4	3	3	3	27
32	Zulfikar Ibrahim	3	3	4	4	3	4	3	4	28
33	Nurul Handayani	3	4	3	4	5	4	5	3	31
34	Rina Insriyani	3	3	3	2	4	4	3	4	26
35	Muhammad Riansyah	4	3	4	3	5	3	4	4	30
36	Algi Fari Haidar	4	4	3	3	4	3	4	3	28
37	Juanita	4	3	3	3	3	2	4	3	25
38	Yanah	4	4	5	4	4	4	4	4	33
39	Siti Komariah	5	5	3	2	4	5	3	5	32
40	Pipit Priati	4	4	4	4	4	5	5	3	33
41	Septi Dwi Astuti	4	4	4	4	4	4	5	4	33
42	Suprihati	4	4	4	2	2	3	3	3	25
43	Siti Romdayani	3	3	3	3	4	3	4	3	26

44	Hanastasya	3	3	4	3	5	5	5	5	33
45	Ida Parida	4	5	4	5	5	5	4	3	35
46	Hafni Hermawati	3	3	3	3	3	4	4	4	27
47	Fitria Andriyani	4	4	4	3	4	5	5	4	33
48	Sofia	4	4	4	5	4	3	4	3	31
49	Ahmad Sanusi	4	3	4	3	3	3	4	4	28
50	Nurchahya	3	3	4	4	5	3	4	3	37
51	Hendrita	2	2	3	4	4	5	2	4	26
52	Ratna Dewi	4	4	5	3	4	5	5	4	34

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 4.6
Rekapitulasi Hasil Kuesioner
Data Skor Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen
Variabel Y

No	Nama	Nomor Item								Total Y
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Santa	3	3	2	2	2	4	3	3	22
2	Rudianto	3	3	3	4	3	3	2	3	24
3	Fatimah	3	3	3	4	3	3	2	4	25
4	Siti Julaeha	3	3	2	2	3	2	2	2	19
5	Hj. Maemunah	3	3	3	2	3	4	4	4	26
6	Sutini	2	4	2	3	3	5	4	2	25
7	Rukmini	2	1	1	1	1	1	1	1	9
8	Mila	3	5	3	4	3	3	3	4	28
9	Eka Yuningsih	2	3	2	2	3	2	2	2	18
10	Komala Sari	2	3	2	2	2	5	3	2	21

11	Titik Mustikawati	2	3	2	2	2	4	3	2	20
12	Bunga Stevia	3	3	4	5	5	4	5	5	34
13	Gilang	3	3	3	4	3	3	3	4	26
14	Aryati	1	5	3	3	5	5	3	4	29
15	Ahmad Juhdi	1	3	3	3	3	5	3	2	23
16	Kokom Komariah	2	3	2	2	3	2	2	3	19
17	Neneng Hasanah	2	4	2	3	3	5	4	4	27
18	Riska Pratiwi	2	3	2	3	2	4	3	2	21
19	Susi Susilawati	4	3	4	5	4	5	5	4	34
20	Ricky Maeful N.H	4	3	3	4	3	5	5	5	32
21	Ahmad Rifki	2	3	2	2	3	2	2	3	19
22	Sherly Agustiani	4	5	4	5	5	4	4	5	36
23	Sri Handayani	3	3	3	2	3	4	3	3	24
24	Ikoh	2	3	2	2	2	4	3	2	20
25	Saeful	4	5	3	5	5	4	5	5	36
26	Ririn Angraeni	4	3	3	3	4	4	4	4	29
27	Ifat Solihat	2	4	2	2	3	2	2	2	19
28	Mala Triyana	1	3	2	2	3	2	2	4	19
29	Yulia Sumiardi	3	3	3	4	3	3	2	4	25
30	Asep Sutisna	1	3	3	3	3	5	3	2	23
31	Ahmad Mahsuni	5	5	4	4	5	5	5	3	36
32	Zulfikar Ibrahim	4	4	2	3	3	4	4	4	28
33	Nurul Handayani	2	3	2	3	2	4	3	2	21
34	Rina Insriyani	4	3	4	5	4	5	3	4	32

35	Muhammad Riansyah	4	3	3	4	3	5	3	3	28
36	Algi Fari Haidar	2	3	2	2	3	2	2	3	19
37	Juanita	4	4	3	4	3	3	4	4	29
38	Yanah	4	4	3	2	3	4	4	4	28
39	Siti Komariah	2	3	2	2	2	4	2	2	19
40	Pipit Priati	3	3	4	5	5	4	3	3	30
41	Septi Dwi Astuti	4	3	3	4	3	5	5	5	32
42	Suprihati	2	3	2	2	3	2	2	2	18
43	Siti Romdayani	2	3	2	2	3	2	2	2	18
44	Hanastasya	3	3	3	4	3	3	2	3	24
45	Ida Parida	2	3	2	2	3	2	2	3	19
46	Hafni Hermawati	4	4	4	3	2	1	2	3	23
47	Fitria Andriyani	4	4	5	4	3	3	3	3	29
48	Sofia	4	4	5	4	4	4	4	4	33
49	Ahmad Sanusi	4	4	3	5	1	1	2	3	23
50	Nurchahya	4	4	4	5	5	5	5	5	37
51	Hendrita	4	4	4	5	2	2	3	3	27
52	Ratna Dewi	4	4	4	5	4	4	4	4	33

Sumber: Data primer diolah, 2018

Tabel 4.7
Rekapitulasi Hasil Kuesioner
(Variabel X dan Y)

No	Nama	Total X	Total Y
1	Santa	32	22
2	Rudianto	26	24

3	Fatimah	27	25
4	Siti Julaeha	29	19
5	Hj. Maemunah	26	26
6	Sutini	29	25
7	Rukmini	25	9
8	Mila	34	28
9	Eka Yuningsih	27	18
10	Komala Sari	26	21
11	Titik Mustikawati	28	20
12	Bunga Stevia	35	34
13	Gilang	29	26
14	Aryati	30	29
15	Ahmad Juhdi	28	23
16	Kokom Komariah	29	19
17	Neneng Hasanah	34	27
18	Riska Pratiwi	30	21
19	Susi Susilawati	32	34
20	Ricky Maeful N.H	33	32
21	Ahmad Rifki	31	19
22	Sherly Agustiani	30	36
23	Sri Handayani	23	24
24	Ikoh	28	20
25	Saeful	32	36
26	Ririn Angraeni	26	29

27	Ifat Solihat	30	19
28	Mala Triyana	35	19
29	Yulia Sumiardi	28	25
30	Asep Sutisna	30	23
31	Ahmad Mahsuni	27	36
32	Zulfikar Ibrahim	28	28
33	Nurul Handayani	31	21
34	Rina Insriyani	26	32
35	Muhammad Riansyah	30	28
36	Algi Fari Haidar	28	19
37	Juanita	25	29
38	Yanah	33	28
39	Siti Komariah	32	19
40	Pipit Priati	33	30
41	Septi Dwi Astuti	33	32
42	Suprihati	25	18
43	Siti Romdayani	26	18
44	Hanastasya	33	24
45	Ida Parida	35	19
46	Hafni Hermawati	27	23
47	Fitria Andriyani	33	29
48	Sofia	31	33
49	Ahmad Sanusi	28	23
50	Nurcahya	37	37

51	Hendrita	26	27
52	Ratna Dewi	34	33

Sumber: Data primer diolah, 2018

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dan untuk mengetahui atau menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Item dalam kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0,05), sebaliknya item dapat dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$. Adapun ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel X

No. Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,559	0,268	Valid
2	0,546	0,268	Valid
3	0,723	0,268	Valid
4	0,514	0,268	Valid
5	0,548	0,268	Valid
6	0,589	0,268	Valid
7	0,562	0,268	Valid
8	0,530	0,268	Valid

Sumber: Olah Data SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa hasil uji r_{hitung} pada setiap pernyataan lebih besar dari pada taraf signifikan 0,05 dari jumlah sampel yang digunakan sebanyak 52 responden, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,268, dengan demikian delapan pernyataan yang terdapat pada variabel X dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No. Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,709	0,268	Valid
2	0,606	0,268	Valid
3	0,792	0,268	Valid
4	0,816	0,268	Valid
5	0,743	0,268	Valid
6	0,608	0,268	Valid
7	0,846	0,268	Valid
8	0,798	0,268	Valid

Sumber: Olah Data SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diketahui bahwa hasil uji r_{hitung} pada setiap pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 dari jumlah sampel yang digunakan sebanyak 52 responden, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,268, dengan demikian delapan pernyataan yang terdapat pada variabel Y dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan (tetap) atau konsistensi suatu instrumen penelitian. Maksudnya adalah apakah instrumen tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, dan dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 atau 60%. Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Variabel X (Strategi Penetapan Harga)

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,703	8

Sumber: Olah Data SPSS 24

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel strategi penetapan harga sebesar 0,703 atau 70,3% yang artinya bahwa hasil tersebut lebih besar dari 0,60 atau 60%. Maka dapat dikatakan kuesioner tersebut memiliki reliabilitas yang baik, yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

b. Variabel Y (Tingkat Kepuasan Konsumen)

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,878	8

Sumber: Olah Data SPSS 24

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,878 atau 87,8% yang artinya lebih besar dari 0,60 atau 60%. Maka dapat dikatakan kuesioner tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi, yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner handal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas (*Kormogorov-Smirnov*)

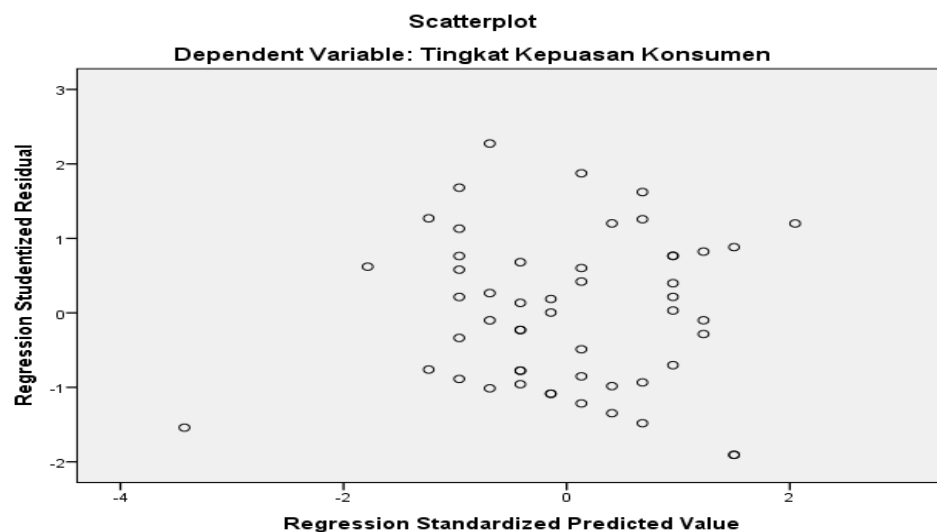
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,50118764
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,103
	Negative	-,064
Test Statistic		,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Olah Data SPSS 24

Dari tabel 4.12, berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,200 memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel X yaitu strategi penetapan harga.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Olah Data SPSS 24

Berdasarkan gambar 4.1, hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas, artinya model regresi ini sudah baik.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,294	6,332		,678	,501
	Strategi Penetapan Harga	,713	,213	,428	3,350	,002

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.13, dapat diperoleh persamaan regresi sederhana seperti berikut ini:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 4,294 + 0,713X + e$$

Dimana: Y = tingkat kepuasan konsumen

X = strategi penetapan harga

a = konstanta

e = koefisien

- Nilai koefisien konstanta sebesar 4,294 artinya jika strategi penetapan harga (X) nilainya adalah 0 (nol), maka tingkat kepuasan konsumen (Y) sebesar 4,294 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel strategi penetapan harga (X) 0,713 artinya jika strategi penetapan harga mengalami kenaikan satu satuan, maka

tingkat kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,713 satuan.

5. Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi merupakan angka yang dapat dijadikan petunjuk untuk mengetahui seberapa kuat tingkat keeratan hubungan koefisien korelasi antara variabel strategi penetapan harga dengan variabel tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,428 ^a	,183	,167	5,55593	2,030
a. Predictors: (Constant), Strategi Penetapan Harga					
b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen					

Sumber: Olah Data SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.14, diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,428 atau 42,8% terletak pada interval koefisien 0,40 – 0,599 menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara strategi penetapan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel strategi penetapan harga dalam menerangkan variabel tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Korelasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,428 ^a	,183	,167	5,55593	2,030
a. Predictors: (Constant), Strategi Penetapan Harga					
b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen					

Sumber: Olah Data SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.15, diperoleh nilai R Square sebesar 0,183 atau 18,3% yang artinya variabel strategi penetapan harga mempengaruhi variabel tingkat kepuasan konsumen sebesar 18,3% dan sisanya 81,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

7. Uji Hipotesis

Untuk memastikan hasil yang diperoleh melalui perhitungan koefisien korelasi sederhana signifikan atau tidak, maka harus dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} seperti berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Hipotesis

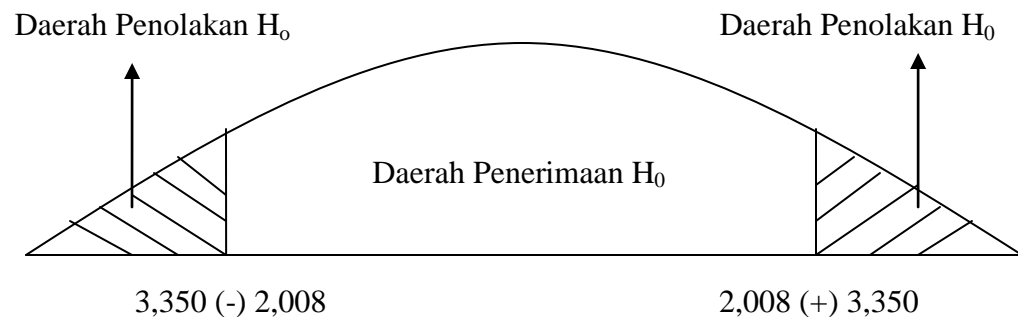
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,294	6,332		,678	,501		
	Strategi Penetapan Harga	,713	,213	,428	3,350	,002	1,000	1,000
a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen								

Sumber: Olah Data SPSS 24

Uji t adalah cara yang dipakai untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian atau tidak. Dengan pengujian dua arah maka taraf signifikannya adalah $10\% : 2 = 5\%$ atau $0,05$ ($0,05 : 2 = 0,025$) dan hasil perolehan t_{tabel} sebesar $2,008$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,350$ ($3,350 > 2,008$) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ maka ($df = 52-1-1 = 50$) dengan nilai signifikansi $0,002$ yang lebih kecil dari taraf signifikansi $0,05$ ($0,002 < 0,05$). Maka hal ini dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara strategi penetapan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Gambar 4.2

Kurva Uji t



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Pada gambar diatas, terlihat bahwa nilai t_{hitung} berada pada penolakan H_0 karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,350 > 2,008$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel strategi penetapan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Baju Cilapop.

D. Analisis Ekonomi

Hasil penelitian pengaruh strategi penetapan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Baju Cilapop Serang adalah pengaruh positif dan signifikan. Hubungan signifikan dapat diartikan dengan semakin baik strategi penetapan harga yang digunakan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, adapun sebaliknya semakin rendah atau buruk strategi penetapan harga yang digunakan, maka semakin rendah pula tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Citra Suci Mantaub dengan judul penelitian "*Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Priorotas Raditya Multifinance Cabang Simpang Ampek*". Dari hasil penelitian didapat bahwa harga dan keragaman produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan, hal ini mengindikasikan bahwa jika harga nilainya ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat pula.¹

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tri Widyastuti dengan judul penelitian "*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe Pasar Lembang Tangerang*". Dari hasil penelitian didapat bahwa pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 71,9%. Dari data tersebut

¹ Citra Suci Mantaub, *Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Priorotas Raditya Multifinance Cabang Simpang Ampek*, E-Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol. 3 No. 1 (STIE Yappas Pasaman Barat, 2015).

dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan.²

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ade Syarif Maulana dengan judul penelitian “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 10,764 + 1,482 X_2$ yang artinya adalah setiap kenaikan satu satuan harga maka akan berpengaruh terhadap kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 1,482 satuan. Kemudian pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 76,9% dan sisanya 23,1% dipengaruhi faktor lain.³

² Tri Widyastuti, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe Pasar Lembang Tangerang*, Jurnal Ecodemica Vol. 1 No. 2 (AKPAR BSI Bandung, 2017).

³ Ade Syarif Maulana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Jurnal Ekonomi Vol. 7 No. 2 (Universitas Esa Unggul Jakarta, 2016).