

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Profil Tempat Penelitian dan sejarah seblak.**

Menurut seorang ahli pariwisata Andar Danova Goeltom, M.Sc. Bandung sudah dikenal sebagai pusat kuliner nusantara sejak tahun 1941, hal ini dikarenakan Bandung memiliki jumlah jenis makanan terbanyak di Indonesia. Bukan hanya dari golongan masyarakat pencinta makanan saja yang sengaja datang ke Bandung akan tetapi banyak para tokoh nasional baik dari dalam maupun luar negeri yang menyempatkan diri datang ke Bandung (Pikiran Rakyat, Edisi Cetak – Sabtu, 17 Februari 2007).

Dikenalnya Bandung sebagai kota kuliner, membuat bisnis makanan di kota ini berkembang dengan pesat, termasuk diantaranya produk kudapan. Setiap produsen makanan berlomba-lomba untuk menciptakan makanan/kuliner dengan rasa dan jenis yang berbeda. Potensi usaha kuliner ini menguntungkan, terutama bagi kota Bandung dan para pengusaha makanan. Dari sisi ekonomi, kegiatan usaha ini dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang

terlibat dalam kegiatan usaha itu sendiri dan dari sisi pariwisata dapat meningkatkan komoditi kota Bandung.

Salah satu kudapan khas kota Bandung adalah kerupuk seblak. Kreasi kudapan tradisional ini terbuat dari kerupuk mentah yang diolah dengan minyak panas dan dibumbui rempah – rempah untuk penyedap rasanya sehingga sesuai dengan selera orang Sunda yang menyukai jenis makanan pedas. Kerupuk seblak memiliki keunikan dibandingkan dengan produk kudapan lain yang ada, diantaranya dari bahan baku, cara pengolahan dan bumbu. Dari bahan baku, kerupuk seblak terbuat dari kerupuk yang berbahan dasar tepung tapioka.

Mengolah kerupuk seblak tidak semudah mengolah kudapan lainnya sehingga dibutuhkan pengalaman dalam membuatnya. Selain itu kerupuk seblak juga dibumbui dengan bumbu rempah yang berbeda dengan jenis kudapan lainnya. Kreasi kudapan kerupuk seblak pada awalnya diproduksi untuk konsumsi rumah tangga masyarakat yang tinggal di sekitar pabrik kerupuk.

Usaha ini kini telah berkembang menjadi usaha home industri dengan prospek ekonomi yang cukup baik. Sehingga menimbulkan banyak persaingan antara produsen produk

kudapan. Akibatnya saat ini muncul produk – produk kudapan palsu yang diproduksi dengan menggunakan bahan baku berbahaya. Jika dikonsumsi dalam jangka waktu panjang, produk kudapan palsu dapat berdampak buruk bagi kesehatan tubuh. Oleh karena itu suatu produk kudapan perlu memiliki identitas jelas untuk membangun citra baik dan kepercayaan bagi konsumennya.

Berdasarkan masalah yang ada maka kerupuk seblak sebagai salah satu makanan kudapan yang banyak beredar di masyarakat perlu membuat suatu brand untuk memperkenalkan identitas produknya sebagai salah satu kudapan khas Bandung dan memiliki citra sebagai kudapan yang bersih dan terjaga kualitasnya. Dengan menerapkan ilmu desain komunikasi visual topik untuk membuat branding kerupuk seblak menarik untuk dibahas sebagai tugas akhir sehingga dapat ditemukan pemecahan dari permasalahan yang ada.

## **B. Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 33 responden konsumen seblak metty komala, di kota serang melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran

umum karakteristik responden berdasarkan usia, pendidikan dan jenis kelamin, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		<b>usia</b>			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 tahun	33	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data Primer, hasil Aplikasi SPSS Versi 22.0*

Berdasarkan dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa konsumen seblak metty komala didominasi oleh konsumen yang berusia 18 s/d 25 tahun. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada berjumlah 33 responden (100%).

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	31	93.9	93.9	93.9
	wirausaha	1	3.0	3.0	97.0
	Pegawai swasta	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

*Sumber: Data Primer, hasil Aplikasi SPSS Versi 22.0*

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan Jenis Pekerjaan. menunjukkan bahwa konsumen seblak metty komala didominasi oleh konsumen pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden 31 (93.9%), wirausaha 1(3.0%) dan Pegawai Swasta 1 (3.0%).

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		gender		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	laki-laki	3	9.1	9.1	90.9
	Perempuan	30	90.9	90.9	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

*Sumber: Data Primer, hasil Aplikasi SPSS Versi 22.0*

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah responden 30 orang dengan nilai prosentase 90.9% sementara responden laki-laki berjumlah 3 orang dengan nilai prosentase 9.1%.

### C. Rekapitulasi Data Hasil Pengisian Kuesioner.

Bersasarkan kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti dan diisi oleh para responden, maka rekapitulasi data yang didapatkan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

#### **Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan**

#### **Pelanggan (Y)**

No	Responden	Item Pertanyaan				Jumlah
		1	2	3	4	
1	R1	5	5	4	4	18
2	R2	4	4	4	4	16
3	R3	4	5	3	3	15
4	R4	5	5	4	4	18
5	R5	4	4	4	3	15
6	R6	3	3	5	5	16
7	R7	5	4	4	4	17
8	R8	5	5	5	5	20
9	R9	4	4	4	4	16
10	R10	4	4	5	4	17
11	R11	5	3	4	5	17
12	R12	5	4	4	3	16
13	R13	4	4	5	4	17
14	R14	5	4	4	4	17
15	R15	4	4	4	4	16
16	R16	5	4	4	4	17
17	R17	5	5	5	5	20
18	R18	4	4	4	4	16
19	R19	5	5	5	5	20
20	R20	5	5	5	5	20
21	R21	4	4	4	5	17
22	R22	4	4	4	4	16
23	R23	4	4	4	4	16

24	R24	4	4	4	4	16
25	R25	4	5	4	5	18
26	R26	3	5	4	2	14
27	R27	4	3	3	3	13
28	R28	4	4	4	4	16
29	R29	4	4	4	4	16
30	R30	4	4	4	4	16
31	R31	4	4	4	4	16
32	R32	4	4	4	4	16
33	R33	5	5	5	5	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data

**Tabel 4.5**

**Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Variabel Cita Rasa (X1)**

No	Responden	Item Pertanyaan				Jumlah
		1	2	3	4	
1	R1	4	5	4	4	17
2	R2	5	5	5	5	20
3	R3	4	4	4	3	15
4	R4	5	5	4	4	18
5	R5	4	4	4	4	16
6	R6	4	4	5	5	18
7	R7	4	5	5	4	18
8	R8	5	5	5	5	20
9	R9	5	5	4	3	17
10	R10	3	3	5	2	13
11	R11	4	5	5	5	19
12	R12	4	4	5	3	16
13	R13	4	4	4	4	16
14	R14	4	5	5	4	18
15	R15	4	5	5	5	19
16	R16	4	4	4	5	17
17	R17	5	5	5	5	20
18	R18	4	5	5	5	19
19	R19	5	5	5	5	20
20	R20	5	5	5	5	20

21	R21	4	5	5	5	19
22	R22	4	5	4	4	17
23	R23	4	4	4	4	16
24	R24	4	5	5	4	18
25	R25	4	5	5	3	17
26	R26	4	5	4	2	15
27	R27	4	5	4	4	17
28	R28	4	5	5	4	18
29	R29	4	5	4	4	17
30	R30	4	5	4	4	17
31	R31	4	4	4	4	16
32	R32	4	5	5	4	18
33	R33	5	5	5	5	20

Sumber: Hasil Pengolahan

**Tabel 4.6**

**Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Variabel Variasi**

**Produk (X2)**

No	Responden	Item Pertanyaan					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	R1	4	4	4	4	4	20
2	R2	3	2	3	2	4	14
3	R3	5	4	4	5	3	21
4	R4	5	5	5	4	4	23
5	R5	3	3	4	4	4	18
6	R6	5	3	4	3	4	19
7	R7	5	5	5	5	4	24
8	R8	5	5	5	5	5	25
9	R9	4	4	4	5	3	20
10	R10	4	2	4	4	3	17
11	R11	5	5	5	5	4	24
12	R12	5	4	4	3	4	20
13	R13	4	4	5	5	4	22
14	R14	5	5	5	5	5	25
15	R15	5	5	5	5	5	25
16	R16	5	4	5	5	4	23



17	R17	5	5	5	5	5	25
18	R18	5	4	5	5	4	23
19	R19	5	5	5	5	5	25
20	R20	5	5	5	5	5	25
21	R21	5	5	5	5	5	25
22	R22	5	5	5	5	4	24
23	R23	4	4	4	4	4	20
24	R24	5	4	4	4	4	21
25	R25	5	5	4	4	5	23
26	R26	5	5	3	5	3	21
27	R27	3	4	4	4	4	19
28	R28	5	4	4	4	4	21
29	R29	5	5	5	5	4	24
30	R30	4	4	4	4	4	20
31	R31	4	4	4	4	4	20
32	R32	5	4	4	4	4	21
33	R33	5	5	5	5	5	25

Sumber: Hasil Pengolahan Data

**Tabel 4.7**  
**Rekapitulasi Hasil Kuesioner (Variabel X1 X2 dan Y)**

No	Responden	Cita Rasa (X1)	Variasi Produk (X2)	Variasi Produk (Y)
1	R1	17	20	18
2	R2	20	14	16
3	R3	15	21	15
4	R4	18	23	18
5	R5	16	18	15
6	R6	18	19	16
7	R7	18	24	17
8	R8	20	25	20
9	R9	17	20	16
10	R10	13	17	17
11	R11	19	24	17
12	R12	16	20	16
13	R13	16	22	17
14	R14	18	25	17
15	R15	19	25	16

16	R16	17	23	17
17	R17	20	25	20
18	R18	19	23	16
19	R19	20	25	20
20	R20	20	25	20
21	R21	19	25	17
22	R22	17	24	16
23	R23	16	20	16
24	R24	18	21	16
25	R25	17	23	18
26	R26	15	21	14
27	R27	17	19	13
28	R28	18	21	16
29	R29	17	24	16
30	R30	17	20	16
31	R31	16	20	16
32	R32	18	21	16
33	R33	20	25	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data

## D. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur kuesioner yang diberikan kepada responden. Apabila seluruh instrumen dari kuesioner yang diujikan sesuai, maka instrument tersebut dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas adalah apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen dari kuesioner tersebut adalah valid. Hasil dari uji validitas ditunjukkan pada tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>Rtabel a= 0,05 (df = N-3) = 31</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1</b>	0.691	0.2913	Valid
<b>2</b>	0.594	0.2913	Valid
<b>3</b>	0.737	0.2913	Valid
<b>4</b>	0.775	0.2913	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui, bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kepuasan pelanggan (Y) menghasilkan nilai koefisien correlation (r hitung) > dari nilai r tabel pada tingkat signifikan 5% dengan jumlah 33 responden. Artinya, bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian dikatakan valid.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Cita Rasa (X1)**

<b>Pernyataan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>Rtabel a= 0,05 (df = N-3) = 31</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1</b>	0.706	0.2913	Valid
<b>2</b>	0.691	0.2913	Valid
<b>3</b>	0.563	0.2913	Valid
<b>4</b>	0.842	0.2913	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui, bahwa seluruh pernyataan pada variabel Cita Rasa (X1) menghasilkan nilai koefisien correlation (r hitung) > dari nilai r tabel pada tingkat signifikan 5% dengan jumlah 33 responden. Artinya, bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian dikatakan valid.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Variasi Produk (X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>Rtabel <math>\alpha = 0,05</math> (df = N-3) = 31</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1</b>	0.747	0.2913	Valid
<b>2</b>	0.905	0.2913	Valid
<b>3</b>	0.843	0.2913	Valid
<b>4</b>	0.795	0.2913	Valid
<b>5</b>	0.634	0.2913	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui, bahwa seluruh pernyataan pada variabel Variasi produk (X2) menghasilkan nilai koefisien correlation (r hitung) > dari nilai r tabel pada tingkat signifikan 5% dengan jumlah 33 responden. Artinya, bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner. Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas yaitu jika nilai menunjukkan Alpha cronbach  $> 0.600$ . Hasil dari uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel di bawah ini, sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Variabel Kepuasan Pelanggan Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	4

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Dari analisis uji reabilitas terdapat hasil Cronbach's Alpha sebesar 0.647 nilai tersebut lebih dari 0,6 (standar dari uji Reabilitas) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data kuesioner dinyatakan konsisten dalam penelitian.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Variabel Cita Rasa X1**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.651	4

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Dari analisis uji reabilitas terdapat hasil Cronbach's Alpha sebesar 0.651 nilai tersebut lebih dari 0,6 (standar dari uji Reabilitas) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data kuesioner dinyatakan konsisten dalam penelitian.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Variabel Variasi Produk X2**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Dari analisis uji reabilitas terdapat hasil Cronbach's Alpha sebesar 0.846 nilai tersebut lebih dari 0,6 (standar dari uji Reabilitas) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data kuesioner dinyatakan konsisten dalam penelitian.

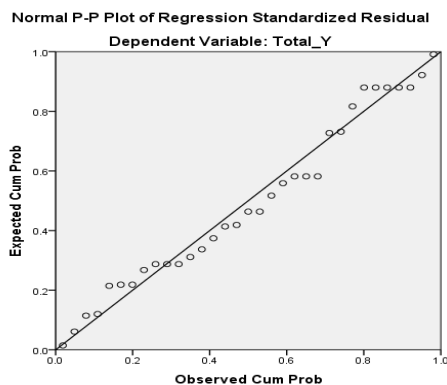
## E. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas.

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (bell-shaped curve) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga.<sup>1</sup>

**Gambar 4.1**

**Gambar Uji Normalitas**



*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Pada gambar diatas 4.2 dalam uji normalitas menggunakan grafik normal p-p *plot of regression standardized residual* suatu data diikatkan berdistribusi

---

<sup>1</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011), 69, 125.

normal jika garis data riil (titik-titik) mengikuti garis diagonal berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa titik sampel secara keseluruhan mengikuti garis diagonal oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan normal.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika signifikansinya  $> 0,05$  maka artinya variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi  $< 0,05$  maka artinya variabel tidak berdistribusi normal.



**Tabel 4.14**  
**Uji Kolmogorov Smirnov**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardize d Residual
N		33
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28362497
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.100
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS  
versi 22.00*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.12 diatas dengan menggunakan metode *one sampel kolmogorov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel dependen dan variabel indevidenden pada jumlah sampel (N) sebesar 33 adalah 0.200 Dengan demikian, data dari penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai residualnya lebih

besar dari signifikansi 0,05 atau  $0,200 > 0,05$  sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

#### **b. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering terjadi pada data *time series*. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.<sup>2</sup> Uji yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Durbin Watson (DW test) berdasarkan pengujian auto korelasi dengan SPSS 22 didapat *output* sebagai berikut.

---

<sup>2</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, ...h. 107.

Tabel 4.15

## Tabel Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.399	1.326	2.026

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

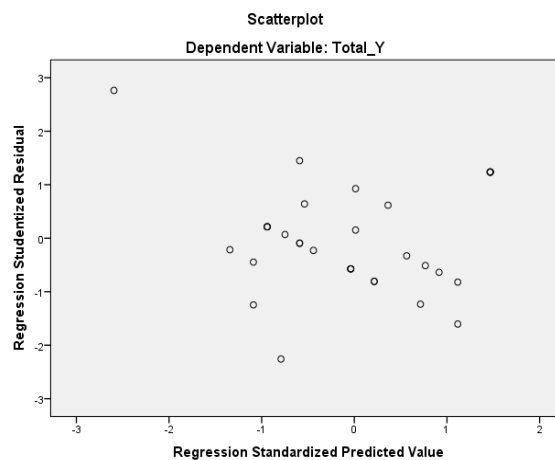
Dari tabel diatas tabel 4.13 didapatkan nilai DW sebesar 2.026 sedangkan tabel DW dengan signifikan 0,05 dan jumlah data (n) = 33 serta k =2 diperoleh nilai dL sebesar 1.3212 dan dU 1.5770, nilai 4-dL:  $4 - 1.3212 = 2.6788$  dan nilai  $4 - dU = 4 - 1.5770 = 2.423$ . Berdasarkan hasil tabel keputusan autokorelasi bisa di ambil kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi, karena  $dU < DW < 4-dU$  atau  $1.5770 < 2.026 < 2.423$ . hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi positif atau negatif pada data yang diuji.

### c. Uji Heterokidastisitas

Uji heterokidastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual

satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).<sup>3</sup>

Gambar 4.2  
Uji Heteroskedastisitas



*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

<sup>3</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, ...h. 21,134

Dari gambar diatas 4.2 dapat dijelaskan bahwa diagram pencar tidak membentuk pola atau acak dan titik-titik yang menyebar berada di atas dan dibawah angka 0 .Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas. Untuk menegaskan hasil uji heteroskedastisitas di atas maka penelitian menggunakan uji gletser dengan hasil

**Tabel 4.16**

**Tabel Uji Gletser**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.505	1.488		.339	.737			
	Total_X1	-.053	.093	-.118	-.571	.572	.751	1.331	
	Total_X2	.066	.058	.236	1.143	.262	.751	1.331	

a. Dependent Variable: Abs\_Res

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi*

22.00

Suatu model dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikansi lebih besar dari 0,05 berdasarkan tabel

diatas diketahui bahwa x1 (Cita Rasa) sig. Adalah 0.572 > 0,05 dan x2 (Variasi Produk) sig. Adalah 0.262 > 0,05 maka ditarik kesimpulan bahwa model tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

#### d. Uji Multikoleniaritas

**Tabel 4.17**

**Tabel Uji Gletser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.858	2.536		1.915	.065		
	Total_X1	.395	.158	.396	2.503	.018	.751	1.331
	Total_X2	.227	.098	.367	2.319	.027	.751	1.331

a. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Berdasarkan Output tabel di atas terlihat bahwa nilai VIF semua variabel independent kurang dari 10 dan nilai Tolerance semua variabel independent lebih besar 0.1, dengan nilai VIF dalam variabel x1 sebesar 1.331 dengan nilai Tolerance sebesar 0.751 dan nilai VIF dalam variabel x2 sebesar 1.331 dengan nilai Tolerance sebesar 0.751. Jadi dapat disimpulkan bahwa

dalam model persamaan regresi tidak terdapat multikolinearitas atau bisa dikatakan bebas dari multikolinearitas dan data tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

#### F. Uji Analisis Regresi berganda

Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan lebih dari satu variabel dependen.

**Tabel 4.18**  
**Tabel Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.858	2.536		1.915	.065		
Total_X1	.395	.158	.396	2.503	.018	.751	1.331
Total_X2	.227	.098	.367	2.319	.027	.751	1.331

a. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Dari hasil regresi linear berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $x_1 = 0.395$  dan  $x_2 = 0.227$  dengan konstanta 35.317 sehingga persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$\text{Kepuasan pelanggan} = 4.858 + 0.395(\text{Cita Rasa}) + 0.227(\text{Inovasi Produk}).$$

Dimana :

a = konstanta

Y = Variabel dependen Kualitas Produk

b<sub>1</sub> = koefisien regresi untuk x<sub>1</sub> (Cita Rasa)

b<sub>2</sub> = koefisien regresi untuk x<sub>2</sub> (Inovasi Produk)

x<sub>1</sub> = Variabel Independen

x<sub>2</sub> = Variabel Independent

Adapun interpretasi statistik penulis pada model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4.858 artinya apabila variabel cita rasa dan Inovasi produk hasilnya sama dengan Nol maka Kepuasan pelanggan sebesar 4.858.
2. Koefisien regresi Variabel x<sub>1</sub> memiliki nilai sebesar 0.395 artinya apabila cita rasa naik sebesar 1% , maka diperkirakan Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.395 dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.



3. Koefisien regresi Variabel x2 memiliki nilai sebesar 0.227 artinya apabila cita rasa naik sebesar 1% , maka diperkirakan Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.227 dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.

### G. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (x1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (y) dengan langkah sebagai berikut:

**Tabel 4.19**

**Tabel Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.858	2.536		1.915	.065		
	Total_X1	.395	.158	.396	2.503	.018	.751	1.331
	Total_X2	.227	.098	.367	2.319	.027	.751	1.331

a. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

- a) Merumuskan Hipotesis

$H_0$  : Diduga cita rasa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

$H_a$  : Diduga cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>4</sup>

$H_0$  : Diduga Inovasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

$H_a$  : Diduga inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Menentukan t hitung dan t tabel

Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0.05 atau ( $\alpha = 5\%$ ).

Tabel distribusi dilihat pada tingkat signifikan  $\alpha = 0.05$  dengan derajat kebebasan ( $df$ ) = 31 yang diperoleh dari rumus  $n-k-1 = 33-1-1 = 31$  dengan demikian diperoleh t tabel sebesar 1.69552.

Adapun nilai t hitung sebagai berikut: Melihat hasil tabel diatas hasil *output* perhitungan SPSS menunjukkan nilai t hitung untuk variabel x1 (cita rasa) diperoleh hasil sebesar 2.503. dan nilai t hitung variabel x2 (inovasi produk) sebesar 2.319.

c) Membandingkan t hitung dengan t tabel .<sup>5</sup>

Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima atau dikatakan signifikan, artinya secara parsial variabel independen

---

<sup>4</sup> Kristina Marsella Ransun, "Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi terhadap Peningkatan Kualitas Produk pada Trinity Percetakan Manado" *Jurnal Berkarya Ilmiah Efisiensi* Vol. 16, No. 04 (Maret 2016), h. 84.

<sup>5</sup> Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, h. 68.

(X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), maka hipotesis diterima. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak maka Melihat hasil uji t diatas didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai  $t$  hitung untuk variabel  $x_1$  (Cita Rasa) yaitu 2.503 sedangkan  $t$  tabel memiliki nilai sebesar 1.69552. dan nilai sig lebih besar dari 0.05 artinya nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak. Sehingga kesimpulan yang didapat ialah cita rasa secara berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap Kepuasan pelanggan.
- 2) Nilai  $t$  hitung untuk variabel  $x_2$  (Inovasi produk) yaitu 2.319 sedangkan  $t$  tabel memiliki nilai sebesar 1.69552. dan nilai sig lebih besar dari 0.05 artinya nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak. Sehingga kesimpulan yang didapat ialah Inovasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap Kualitas Produk.

## H. Uji F

bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $x_1$  dan  $x_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) dengan langkah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis :

$H_0$  : Diduga Variabel cita rasa dan Inovasi produk tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

$H_1$  : Diduga Variabel cita rasa dan Inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

1. Menentukan F hitung dan F tabel.

Tingkat signifikan menggunakan 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ) dengan df 1 (jumlah variabel -1) atau  $3-1 = 2$  dan df  $2(n-k-1)$  atau  $33-2-1=30$  ( $n =$  jumlah data dan  $k =$  jumlah variabel independen) maka hasil F tabel sebesar 3.32 sedangkan untuk F hitung berdasarkan hasil output SPSS pada ialah sebesar 11.604.

2. Perbandingan F hitung dengan F tabel.

Apabila F hitung  $>$  F tabel dan tingkat signifikansi  $<$  0.05 maka  $H_0$  ditolak. Apabila F hitung  $<$  F tabel dan tingkat

signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Karena nilai F hitung ( $11.604$ )  $<$  F tabel ( $3.32$ ) dan tingkat signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa dan inovasi produk secara bersama-sama ada hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.20**  
**Tabel Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.789	2	20.394	11.604	.000 <sup>b</sup>
	Residual	52.726	30	1.758		
	Total	93.515	32			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi*

*22.00*

## I. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi yaitu sebuah nilai untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel responden atau variabel dependen dengan variabel predictor atau variabel independen (penjelas).

**Tabel 4.21**  
**Tabel Uji Koefisien Korelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.399	1.326	2.026

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.00*

Berdasarkan pada tabel uji koefisien korelasi diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah 0.660 terletak pada interval koefisien 0.60-0.79 yang berarti tingkat hubungan kuat antara cita rasa dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan .

**Tabel 4.23**  
**Pedoman Uji Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0.000-0.19	Sangat Rendah
0.20-0.39	Rendah
0.40-0.59	Sedang
0.60-0.79	Kuat
0.80-1.00	Sangat Kuat

## J. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>6</sup>

**Tabel 4.22**

**Tabel Uji Koefisien Deterinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.399	1.326	2.026

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

*Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi*

*22.00*

Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi R square adalah 0.436 atau sebesar 43.6% dapat

---

<sup>6</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis, ...*, h. 95

disimpulkan bahwa angka tersebut berarti cita rasa dan inovasi produk berpengaruh terhadap Kualitas Produk sebesar 43.6% sedangkan sisanya sebesar 56.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### **K. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4.858 artinya apabila variabel cita rasa dan inovasi produk hasilnya sama dengan Nol maka Kepuasan pelanggan sebesar 4.858.
2. Koefisien regresi Variabel  $x_1$  memiliki nilai sebesar 0.395 artinya apabila cita rasa naik sebesar 1% , maka diperkirakan Kepuasa pelanggan akan meningkat sebesar 0.395 dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi Variabel  $x_2$  memiliki nilai sebesar 0.227 artinya apabila cita rasa naik sebesar 1% , maka diperkirakan Kepuasa pelanggan akan meningkat sebesar 0.227 dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.
4. Nilai  $t$  hitung untuk variabel  $x_1$  (Cita Rasa) yaitu 2.503 sedangkan  $t$  tabel memiliki nilai sebesar 1.69552. dan nilai sig lebih besar dari 0.05 artinya nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$



tabel maka  $H_0$  ditolak. Sehingga kesimpulan yang didapat ialah cita rasa secara berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap Kepuasan pelanggan.

5. Nilai  $t$  hitung untuk variabel  $x_2$  (Inovasi produk) yaitu 2.319 sedangkan  $t$  tabel memiliki nilai sebesar 1.69552. dan nilai  $\alpha$  lebih besar dari 0.05 artinya nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak. Sehingga kesimpulan yang didapat ialah variasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap Kualitas Produk.
6. Apabila  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dan tingkat signifikansi  $<$  0.05 maka  $H_0$  ditolak. Apabila  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel dan tingkat signifikansi  $>$  0.05 maka  $H_0$  diterima. Karena nilai  $F$  hitung (11.604)  $<$   $F$  tabel (3.32) dan tingkat signifikansi  $>$  0.05 maka  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa dan inovasi produk secara bersama-sama ada hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Berdasarkan pada tabel uji koefisien korelasi diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi ( $R$ ) adalah 0.660 terletak pada interval koefisien 0.60-0.79 yang berarti tingkat

hubungan kuat antara cita rasa dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan .

8. Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi R square adalah 0.436 atau sebesar 43.6% dapat disimpulkan bahwa angka tersebut berarti cita rasa dan inovasi produk berpengaruh terhadap Kualitas Produk sebesar 43.6% sedangkan sisanya sebesar 56.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.